

گر اگر ایک ڈیزائن

ہے دو سالہ ڈپلوما کورس کے لیے

گرافک ڈیزائن



کیلی گرافی اور گرافک ڈیزائن

کے دو سالہ ڈپلوما کورس کے لیے

گرافک ڈیزائن



مرب
زرگر ظہور

مربم
سید مرغوب احمد



قومی کونسل برائے فروغ اردو زبان، نئی دہلی

وزارت ترقی انسانی وسائل (حکومت ہند)

بلاک 1، آر. کے. پورم، نئی دہلی 110066

Graphic Design

Compiled by : Zargar Zahoor
Translated by : Syed Marghoob Ahmed
Project Coordinator : Dr. Md. Arshad Iqbal

© قوی کونسل برائے فروغِ اردو زبان، نئی دہلی

سزائشاعت : جنوری، مارچ 2002 تک 1922

تعداد : 1100

قیمت : 215/-

سلسلہ مطبوعات : 980

تاشتر : ڈائریکٹر قوی کونسل برائے فروغِ اردو زبان، ویسٹ بلاک۔ ۱۹، آر۔ کے۔ پورم، نئی دہلی۔ 110066

طابع : مہنی کمپیوٹر، وین دنیا ہاؤس، 900 جامع مسجد، دہلی۔ 6، ٹیلیفون: 3280644

پیش لفظ

خطاطی اور کتابت ہمارا اہم ورثہ ہے جس نے ماضی میں ہندوستانی ثقافت کو بہترین فنکار دیے ہیں۔ اس فن نے قبولی عام اور شہرت دوام کی کئی منزلیں طے کی ہیں اور اس کے لازوال آثار آج بھی ناظرین کو عویت میں ڈالتے ہیں۔ بدھ کے استوپ، اشوک کے ستون، قلعہ ہیرا کی اونچائی اور تاج محل کے لائٹنی حسن، نیز راشٹری بھون کے درو دیوار سے لے کر ہستی کے عظیم الشان اور جدید ترین جج ہوس کی آرائش تک اس فن کے لازوال نقش روشن ہیں۔ خطاطی کے فن نے روحانی اور مادی ترقی میں بھی نمایاں کردار ادا کیا ہے۔ قدیم تہذیبوں کی نشاندہی کرنے میں کتابت نے بے حد مدد کی ہے۔ اس طرح اس فن کی اہمیت مسلم ہے لیکن موجودہ دور کے ٹکنالوجیکل نظام میں اس فن کی اہمیت کم ہو گئی اور اس کا وجود خطرے میں پڑ گیا۔ رنگ و روشنائی کے استعمال، پرنٹنگ میں نئے تجربات، کمپیوٹر کی ایجاد اور کمپیوٹر میں فونٹ ڈیزائننگ (Font Designing) کی سہولیات کی وجہ سے خطاطوں اور کاتبوں کے روزگار کے مواقع میں بے حد کمی آئی کیونکہ اب اس فن کا کرشیل استعمال کم سے کم ہوتا جا رہا ہے۔

قوی اردو کونسل اردو زبان کے فروغ، ترویج و اشاعت کے علاوہ فن کتابت کی بقا اور ترقی کے لیے بھی کوشاں ہے۔ لہذا کونسل نے اس اہم ورثے کی حفاظت اور اس کی بقا کے لیے یہ فیصلہ کیا کہ اس فن کو کرشیل آرٹ سے جوڑا جائے۔ اس فیصلے کے تحت گراؤک ڈیزائن اور کرشیل آرٹ کی تعلیم کے فروغ کو ضروری سمجھا گیا اور ایک فیصلے کے تحت کمپیوٹر پر چھ ماہ کی کیلی گرافی اور گراؤک ڈیزائن کی تربیت کا آغاز کیا گیا۔ کیونکہ اس سے کاتبوں اور خطاطوں کے فن میں مزید نکھار آئے گا اور جدید تقاضوں سے ہم آہنگ ہو کر یہ فن قدیم سنے گوشوں کو روشن کرے گا۔ نیز اس فن میں اوسط درجے کی مہارت رکھنے والوں کو بھی کتابوں کے ڈیزائنوں، اندرونی آرائش کی معنوعات، پردوں اور برتنوں وغیرہ پر کیلی گرافی اور گراؤک ڈیزائن کے ذریعے روزگار کے بہتر مواقع ملیں گے۔ یہ کورس خطاطوں اور کاتبوں کو اشتہارات، پمٹنگ، طباعت، نوٹو گرافی وغیرہ کی نئی دنیا سے ہمکنار کرے گا اور روزگار کے نئے وسیلے سامنے آئیں گے۔

قوی اردو کونسل نے مصری تقاضوں کو لبیک کہتے ہوئے کیلی گرافی یا کتابت کے فن کو جدید گراؤک ڈیزائن اور کمپیوٹر کے ساتھ شامل کر کے دو سالہ تربیتی کورس شروع کرنے کا فیصلہ کیا اور اس مقصد کی حصولیابی کے لیے کیلی گرافی اور گراؤک ڈیزائن کی ایک مانیٹرنگ کمیٹی تشکیل دی جس کی میٹنگس وقتاً فوقتاً ہوتی رہیں اور کورس شروع کرنے سے متعلق اہم فیصلے لیے جاتے رہے۔ ان فیصلوں کی روشنی میں نیا نصاب تیار کیا گیا اور کیلی گرافی اور گراؤک ڈیزائن کے اساتذہ کو جامعہ ملیہ اسلامیہ کے فائن آرٹ کے شعبے میں سات ہفتے کی ٹریننگ بھی دلوائی گئی۔

یہ کتاب مجوزہ دو سالہ ڈیپلوما کورس کے ”گراؤک ڈیزائن“ کے لیے ہے جسے جناب زرگر ظہور نے نئے نصاب کے

مطابق ترتیب دیا ہے۔ اس کا ترجمہ جناب سید مرغوب احمد نے کیا ہے۔ ہم ان دونوں کے ممنون ہیں۔ اس کتاب کی تیاری کے ابتدائی دنوں میں جناب انتخاب احمد نے اور بعد میں ڈاکٹر محمد ارشد اقبال نے کتاب کو پایہ تکمیل تک پہنچانے میں بڑی محنت کی۔ ہم ان کے بھی شکر گزار ہیں۔ امید ہے یہ کتاب نہ صرف گرافک ڈیزائن کے طلباء / طالبات کی بنیادی ضروریات کو پورا کرے گی بلکہ اساتذہ فن کی بھی رہنمائی کرے گی اور قومی اردو کونسل کی دوسری کتابوں کی طرح اس کی بھی پذیرائی ہوگی۔

مذکورہ بالا موضوعات پر قومی کونسل کی یہ پہلی کوشش ہے۔ ممکن ہے اس میں کچھ کیاں رہ گئی ہوں۔ لہذا آپ کے نیک مشوروں کے لیے کونسل ممنون رہے گی۔

ڈاکٹر محمد حمید اللہ بھٹ

ڈائریکٹر

فہرست

صفحہ نمبر

- | | |
|----|----------------------------------|
| 7 | (1) سامان |
| 11 | (2) سادہ آؤٹ لائن اسکیچ |
| 12 | (3) زیادہ مفصل اسکیچ |
| 16 | (4) بڑی کٹر |
| 18 | (5) کمپوزیشن |
| 20 | (6) مزید سامان |
| 22 | (7) اولین رنگوں کا وارڈ ہونا |
| 27 | (8) رنگ |
| 29 | (9) کلر اسکیم حاصل کرنے کے طریقے |
| 33 | (10) فاصلوں کا ظاہری تناسب |
| 40 | (11) طباعت کے طریقے اور اصول |
| 43 | (12) ٹائپ اور حروف سازی |
| 45 | (13) ٹائپ فیس کی درجہ بندی |
| 46 | (14) نوٹو کنندہ کاری |
| 51 | (15) کاغذ |
| 56 | (16) پرنٹ فینٹنگ |
| 61 | (17) پرنٹ فینٹنگ |
| 67 | (18) آف سیٹ پرنٹنگ |
| 71 | (19) گرے دیور پرنٹنگ |
| 74 | (20) سلک اسکرین پرنٹنگ |
| 76 | (21) ٹائپ اور حروف سازی |
| 80 | (22) ڈیپلے ٹائپ اور حروف سازی |

صفحہ نمبر

| | | |
|-----|------|--|
| 82 | (23) | تمثیلات / تصاویر |
| 84 | (24) | کئی طرح کی خطی تمثیلات |
| 89 | (25) | مسلل ٹون (ہاف ٹون) تمثیلات |
| 91 | (26) | ایڈیٹنگ اور کراپنگ |
| 93 | (27) | گراؤٹ ڈیزائن کا عملی پہلو |
| 96 | (28) | ڈیزائن کے بنیادی قاعدے |
| 99 | (29) | رنگ |
| 104 | (30) | لے آؤٹ کے اصول |
| 107 | (31) | لے آؤٹ، قدم بہ قدم |
| 111 | (32) | پوری طرح تیار لے آؤٹ |
| 117 | (33) | اخبارات |
| 121 | (34) | رسالہ / مجلہ |
| 125 | (35) | ڈائریکٹ میل |
| 130 | (36) | ڈائریکٹ میل |
| 133 | (37) | پوسٹر |
| 135 | (38) | پائٹ آف پرچیز ڈسپلے (پی۔ او۔ پی) / پائٹ آف سیل ڈسپلے |
| 137 | (39) | پیکیجنگ ڈیزائن |
| 141 | (40) | ٹریڈ مارک |
| 146 | (41) | کتاب کا ڈیزائن |
| 152 | (42) | اشتہار بازی کی تاریخ |

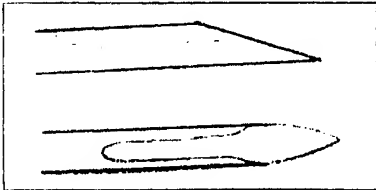
سامان (Materials)

کی تحریک ضرور ملتی ہے، اس لیے قلم کو پلاڑے۔

بہم اپنی اس ضرورت کے لیے سرکنڈے کی تلاش میں کسی قرینہ دریا، نہریا تالاب پر جائیں گے۔ اب آپ نے دیکھا کہ میں نے اندرون ورق پر ایک سرکنڈے کا کھینچا کیوں بنایا ہے۔ ایسا اس لیے کیا ہے کہ آپ کو پتہ چل جائے کہ ہم کس شے کو تلاش کر رہے ہیں۔ اگر آپ کو انہیں قریب میں سرکنڈہ دستیاب نہ ہو پائے تو آپ کو جلد ہی ایسا کوئی دوست مل جائے گا جو سرکنڈہ کے قریب دوجار میں ہی رہتا ہو کیونکہ سرکنڈے عام طور پر دستیاب نہ ملنے والی شے ہوتے ہیں۔

سرکنڈوں میں تلاش کرنے پر آپ کو گزشتہ برس کا افکار و ایسا سرکنڈہ مل جائے گا جو مرقچہ اور جس نے دھوپ میں سوکھنے کے بعد صاف رکھتے اختیار کر لی ہو۔ کسی چاقو کی مدد سے انھیں لمبائی میں چٹنوں کے درمیان سے کاٹ لیں۔ آپ ہر قسم کے سرکنڈے مونے، پتے، انکھار لیں۔ یہ نکلے ایسے ہی ہوں گے جیسے کہ اندرون ورق پر دکھایا گیا ہے۔ یہ ہر ایک قسم کی مناسب موٹائی میں دستیاب ہو جاتے ہیں۔ پتے سرکنڈوں سے باریک قلم تیار کیے جاسکتے ہیں۔

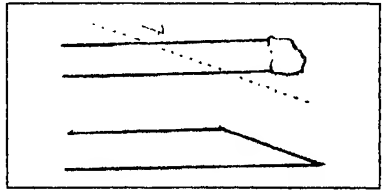
انھیں قلم کاروپ عطا کرنے کے لیے آپ کے پاس ایک تیز چاقو ہونا چاہیے۔



قلم نمبر 2

نقطہ بردار مضعی خط کی شکل میں اس سے آپ کو اوپر دکھائی گئی شکل کا قلم مل جائے گا۔ اندر کا گود (ہو شیری سے) صاف کر لیں۔

سب سے پہلے ہمیں ایک خاص قسم کا قلم درکار ہوتا ہے۔ سرکنڈے (Reed) کا قلم کہتے ہیں۔ یہ قلم کئی درجہات کی بنا پر عموماً ہوتا ہے۔ یہ بہت ہی سستا ہے یعنی اس کی قیمت تقریباً انہیں کے برابر ہوتی ہے۔ یہ ہمارے لیے اتنی کارآمد ہے جتنی کہ دستکاری کے لیے کوئی اوزار۔ پھر یہ کہ ہمارا خود کا بنایا ہوا ہے۔ یہ ایک ایسا قلم ہے جسے ہمیں فنکاری اور چاندنی سے استعمال کرنا ہوتا ہے۔ آپ جب رنگ استعمال کریں گے تو آپ کو اسے بہت زیادہ گرفت میں لینا ہوگا کیونکہ ہم سرکنڈے کے قلم سے روشنائی کے ساتھ ساتھ رنگ بھی استعمال کرنے جارہے ہیں۔ مجھے پورا یقین ہے کہ کام شروع کرنے والوں کے لیے فیصل کے بجائے قلم ہی زیادہ بہتر اور مناسب ہے۔ اگر فیصل کے خطوط کھینچنے کا موقع دیا جائے تو اس خطوط سے جھجک، کمزوری اور اعتماد کی کمی کا اظہار ہوتا ہے۔ دراصل فیصل ان لوگوں کے لیے نہیں ہوتی جنہیں اس بات کا علم نہیں ہوتا کہ وہ کیا بنانا چاہتے ہیں۔ لہذا وہ اعتماد کے ساتھ کچھ نہیں بنا سکتے۔ چاہے آپ پسند کریں یا نہ کریں، قلم بہر حال کاغذ پر خط کھینچنے ہی مارتا ہے۔ چاہے آپ جان بوجھ کر کچھ بنانا چاہتے ہوں یا نہیں، یہ آپ کے لیے کچھ نہ کچھ بنائی ڈالتا ہے، اگر آپ قلم کو موقع دیں۔ اکثر آپ کو پتہ بھی نہیں چلتا اور یہ آپ کے لیے کچھ نہ کچھ بہتر کام انجام دے چکا ہوتا ہے۔ اگر یہ بہتر نہ بھی ہو تو بھی آپ کو اس کے ذریعہ خوب سے خوب تر



قلم نمبر 1

عمودی، جیسے کہ نقطہ بردار خط سے دکھایا گیا ہے۔ اس سے آپ کو اوپر دکھائی گئی شکل کا قلم مل جائے گا۔



Cut III



Cut IV

قد نمبر 3

قلم بنانے کے لیے تراشے ہوئے حصہ کو کسی سخت جگہ پر، تصویر میں دکھائے گئے انداز میں، قلم کی پشت پر رکھیے۔ اس سرے پر نقطہ دائرہ لائن کی سمت میں قدرہ دو دیجے (تراش دیجیے)۔ اب قلم تقریباً تیار ہے۔

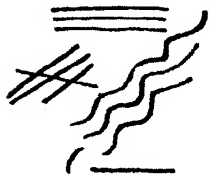
قد نمبر 4

اب قد کے بچ سے (مرکز سے) پیچھے کی جانب کو تقریباً 1/4 انچ لہا ایک 30 ڈیگ्री۔ اس کام کے لیے سلفی ریزر بلیڈ نہایت موزوں رہتا ہے۔ اب آپ کا قلم تیار ہو گیا ہے۔ قلموزی سی مہارت کے بعد آپ یہ کام بہت جلد انجام دے لیا کریں گے۔

اب سونے خطوط کھینچنے کے لیے کچھ قلم سونے نرکوں سے اور ہارک خطوط کھینچنے کے لیے کچھ قلم پتلے نرکوں سے تیار کیجیے۔ آپ قلم کی نوک پر جتنی چوڑائی کا قد لگائیں گے خط کی موٹائی بھی اتنی ہی مقرر ہو جائے گی۔ اگر کسی موقع پر آپ کو خصوصی طور پر بہت زیادہ سونے قلموں کی ضرورت پڑے تو آپ ہائس سے تیار کر سکتے ہیں۔ آپ تیز چاقو سے ان کے سرے پھیل کر انھیں حسب نشا قد تک تراش سکتے ہیں ان پر قد رکھ سکتے ہیں۔

اب معمولی قسم کی سیاہ روشنائی کی ایک شیشی اور کچھ ٹائپنگ یا رائٹنگ کاغذ خرید لیے۔ ان میں سے کچھ کاغذ تو بہت عمدہ قسم کا ہو اور کچھ معمولی نوعیت کا اور بہت سستا۔ اگر بہت چمکانا بہت زیادہ کھردرا نہ ہو تو کسی بھی قسم کے کاغذ سے کام چل جائے گا۔ ٹائپنگ کے لیے استعمال کیا جانے والا کاغذ ٹھیک نہیں رہے گا۔ چمکانا کاغذ (Cartridge Paper) عمدہ تو ہوتا ہے مگر یہ کچھ مہنگا بھی ہوتا ہے۔ جب آپ اپنے قلم سے مختلف طرح کے رنگوں سے کام لیں تاکہ جانیں گے تب اس وقت یہ کاغذ سب سے عمدہ رہے گا۔ پرانے روزنی والی جپہ سستار ہوتا ہے اور اس کی پشت لکھنے کے لیے استعمال کی جاسکتی ہے۔

قلم کا استعمال



(3) اگر آپ قلم کے پہلو سے کام لیں تو سونے قد والے قلم سے بھی نہایت ہارک خطوط کھینچے جاسکتے ہیں۔

(2) قلم کے قد کو مختلف انداز میں استعمال کر کے بڑے دلچسپ خطوط کھینچ سکتے ہیں۔

(1) جتنی موٹی (نہیں خطوط) آپ وہاں دیکھ رہے ہیں انھیں 1/8 انچ والے قلم سے کھینچا جاسکتا ہے۔



(5) باریک قدا والے ان قلموں کی پشت سے اور بھی زیادہ باریک خطوط کھینچے جاسکتے ہیں۔



(4) باریک قدا والے قلم کو عمودی انداز میں استعمال کر کے باریک خطوط کھینچے جاسکتے ہیں۔



پہلے بہت سستے کاغذوں پر کام کی شروعات کریں۔ اگر یہ خراب بھی ہو جائیں گے تو آپ کو پروا نہیں ہوگی۔ مختلف سائز والے قلموں سے کھینچتے ہوئے کام کیجئے اور دیکھیے کہ پھر کیا ہوتا ہے۔

(6) اس طرح کی کچھ اپنی سیدھی تصویریں بنانے کی کوشش کیجیے۔ یعنی کچھ اس طرح خطوط کھینچئے کہ وہ کسی چیز کی شکل کی طرح دکھائی دینے لگیں۔ قلم کو مختلف زاویوں سے پکڑیں۔ یہ کام اس وقت تک کرتے رہیں جب تک آپ اور آپ کا قلم ایک دوسرے کو پہچاننے نہ لگیں۔

Khayate
Khayate
Khayate
Khayate
Khayate

آپ اب اپنا نام "کا پ پلٹ" تحریر میں سب سے بہتر انداز میں لکھیے۔ اپنا نام اس طرح لکھیں کہ جیسے آپ بڑی جگت (جلدی) میں دستخط کر رہے ہوں۔ پھر آخر میں سونے زرگل والے قلم سے لکھیے اور دیکھیے کہ زرگل کے قلم سے لکھے پر آپ کے دستخط میں کیسے جان پڑ جاتی ہے۔ اس بات کا مشاہدہ بھی کریں کہ آپ کے دستخط واضح طور پر کس طرح آپ کے بن جاتے ہیں اور کس طرح ان میں آپ کی شخصیت جھلکتی لگتی ہے۔ زرگل کے قلم سے تھوڑا سا کلمہ پر کھوس کرنے کی کوشش کریں۔ جب آپ اس کلمہ کھینچنا چاہیں تو بھی اتنی ہی لا پرواہی اور بے لگاری سے کام کر کے دیکھیں جتنی بے لگاری سے آپ نے دستخط کر کے دیکھا تھا۔ اس طرح آپ جو اس کلمہ بناتے ہیں اس سے بھی آپ کی شخصیت کا اعتبار ہوتا ہے۔

تھوڑا تھوڑا کام کیجیے۔ ذرا تنگ جتنی بڑی ہوتی ہے گاڑی لوگوں کو
اتنی ہی دشواری درپیش آتی ہے۔ اس کتاب میں جتنی بڑی تصویریں دکھائی
گئی ہیں اسنے سازگی تصویریں بنانے سے شروعات کیجیے اور پھر جیسے جیسے آپ
میں قوت اعتماد پیدا ہوتی جائے ویسے ویسے آپ ان کا ساز بھی بڑھاتے
جائیں۔ میں نے تقریباً تمام ہی تصویریں چھوٹی بنائی ہیں اور اپنی بات کو نہایت
سادگی سے بتانے کی کوشش کی ہے۔



(Simple Outline Sketches) سادہ آؤٹ لائن اسکیچ

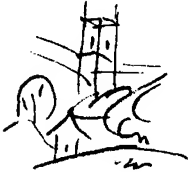


آپ اس قسم کی تصویر بنانے کی کوشش نہ کریں۔ پہلے کوئی چھوٹا سا خطہ بنائیں۔ اپنے قلم کو کاغذ پر دو کیں۔ پھر ایک نگاہ تصویر پر ڈالیں اور پھر ایسے ہی خطوط کھینچنے کی کوشش کریں۔ اسی طرح رفتہ رفتہ تصویر بناتے چلے جائیں تو آپ آخر کار اس قسم کی تصویر بنائیں گے۔

حالانکہ ممکن ہے کہ اس طرح آپ بہت صبح ڈرائنگ تیار کریں مگر اس طرح ڈرائنگ تیار کرنے کا یہ ایک فرسودہ طریقہ ہے۔



اس سے بہتر یہ ہے کہ آپ اپنے موضوع (Subject) پر اس وقت تک بھرپور نگاہ ڈالیں جب تک آپ یہ محسوس نہ کرنے لگیں کہ آپ نے اس کی شکل و صورت کو اچھی طرح ذہن نشین کر لیا ہے۔ پھر اس کے بعد ”سزاک“ سے اسے کھینچ ڈالیں۔



یہ تصویر اصل میں اتنی صبح نہیں بننے کی اور اسے دیکھ کر آپ شاید یہ بھی محسوس کریں کہ آپ اسے اس حد تک یاد نہیں رکھ پائے جس حد تک آپ نے اسے یاد رکھنے کی کوشش کی تھی۔ مگر یہ چھوٹی سی سادہ ڈرائنگ زیادہ ”جاندار“ اور ”ذاتی“ فراہم دی جاسکتی ہے۔



اسی طرح دوسری ڈرائنگ بنانے کی کوشش کریں تو یہ پہلی والی سے کچھ بہتر بنے گی۔ اس طریقہ سے آپ پہلے ”دیکھنا“ سیکھ رہے ہیں اور اس کے بعد اسے بنانا سیکھ رہے ہیں (کہ جو کچھ آپ نے دیکھا ہے)۔ آپ کے تجربات میں اضافہ ہوتا چلا جا رہا ہے۔ اور یہی چیز ”آرٹ“ کی روح ہوتی ہے۔ اس طرح ایک آدھ دو تین ڈرائنگیں (Drawings) تیار کرنے کے بعد آپ دیکھیں گے کہ اب اسکیچ زیادہ صبح اور زیادہ بہتر بننے لگے ہیں۔

زیادہ مفصل اسکیچ (More Elaborate Sketches)

عی رہا ہے۔ اور اب ہم تیسری جہت یعنی موٹائی بھی دکھانے جارہے ہیں۔ ہم اس میں ایک چیز مہرے جارہے ہیں جسے عموماً ”شڈنگ“ (Shading) سے موسوم کیا جاتا ہے۔ مگر ایسا کرنے سے قبل ہم جو کچھ کہہ رہے ہیں اس کی یقین دہانی بھی کر لینی چاہیے۔



پت دے۔

فوری ہی ہمیں درخت کے کچھ گہرے (تاریک) حصے نظر آنے لگتے ہیں جن سے یہ احساس پیدا ہوتا ہے کہ اس میں موٹائی بھی موجود ہے۔ حالانکہ اب یہ درخت رنگ کے اعتبار سے اتنا ہی ہلکا ہو گیا ہے جتنا آسمان، مگر اس کا پیکر اب بھی وہی ہے یعنی یہ اب بھی درخت ہی نظر آتا ہے، مگر اب اس نے اپنا رنگ گموا دیا ہے اور عام درخت کے مقابلہ اس کی اصل فون بھی غائب ہو گئی ہے۔ یہ اب بھی درخت ہی دکھائی دیتا ہے۔ کوئی گہرے ہرے رنگ کے کپڑے کا ٹکڑا نہیں لگتا۔ یعنی پیکر اتنی اہم چیز ہے۔

آپ نے اب تک جتنے بھی اسکیچ بنائے ہیں وہ دراصل سادہ اکاٹ لائنیں تھیں۔ آپ نے جو کچھ دکھایا اس کی شکل بنا ڈالیں۔ انکسار مل رہا ہے جب ان اشیا کی شکل کو اور زیادہ تفصیل سے دکھایا جائے گا۔ اسے یوں بھی کہا جاسکتا ہے کہ اب تک آپ کی ڈرائنگ کا تعلق دو جہتوں (Two Dimensions) سے

(1) ایک درخت آسمان سے زیادہ گہرے رنگ کا ہوتا ہے۔ گھاس درخت سے ہلکے رنگ کی ہوتی ہے لیکن بہر حال یہ آسمان سے زیادہ گہرے رنگ کی ہوتی ہے۔ درخت اور گھاس کی ڈرائنگ بنا کر، آسمان کے مقابلہ انہیں زیادہ گہرے رنگ کے بنائیں۔ آپ یہ کر سکتے ہیں لیکن ہم یہاں درخت کی موٹائی یا پہاڑی کے اوپر سے گزرتے ہوئے میدان کے پچ و خم بھی دکھا رہے ہیں۔ میرا خیال ہے کہ آپ نے یہ سب کچھ نہیں کیا ہے۔ ٹون (Tone) سے واقف ہونے پر ہی آپ یہ سب کچھ کر سکتے ہیں۔ ٹون کا خیال رکھنا ضروری ہے مگر صحیح ”پیکر“ (Form) دکھانے کے لیے کچھ اور بھی کرنا ضروری ہے۔

(2) اپنے درخت کو ایک بار فور سے اور دیکھیے۔ آپ دیکھیں گے کہ درخت کے نیچے کا حصہ اور روشنی سے دور والے حصے اور بھی تاریک ہیں۔ اب اسے بھی دکھانے کی کوشش کیجیے۔ اب تیسرا ابعاد (Third Dimension) اجاگر ہو جاتی ہے۔ اب ہم نے ٹون کا استعمال کیا ہے۔ لیکن ہم ”پیکر“ (Form) بھی دکھائے ہیں۔

اب آپ کو پتہ چلے گا کہ دنیا کی بہترین ڈرائنگیں (Drawings) ”پیکر“ (Form) پر سب سے زیادہ زور دیتی ہیں؟ ٹون تصویر میں تو آسکتی ہے مگر اس کی اہمیت ثانوی حیثیت رکھتی ہے۔ میرے خیال میں آگسٹس جان (Augustus Jaun) نے ڈرائنگ کی سب سے عمدہ تعریف کی ہے۔ انھوں نے کہا تھا ”ڈرائنگ تو پیکر (Form) کی تفصیل ہوتی ہے۔“ آپ اسے ذہن نشین رکھیں تو آپ کے سب کام ٹھیک ہوتے رہیں گے۔

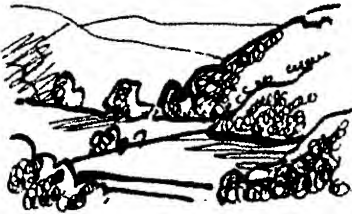
اب ہم اس درخت کے ساتھ کچھ مزید کاروائی کرتے ہیں۔ ہم گزارش کریں گے کہ آپ ایک دم سے ہمارے اس درخت پر سفید پلاشر



(3) اب ہم پلاسٹر درخت (Plaster Tree) بنائیں گے، نتیجہ اطمینان بخش ہے۔ اب ہم اس درجے سے پریشان نہیں ہوتے کہ درخت آسمان سے زیادہ گہرا رنگ اختیار کر گیا ہے۔ بیکر کو زیادہ تفصیل سے بیان کرنے کے لیے بہت اچھے آرٹسٹ ایسے مقامات پر بھی شید بھرتے ہیں جہاں اصل شے میں شید موجود ہی نہ ہو۔



(4) کبھی کبھی ہم بیکر کی تفصیل بیان کرنے کے علاوہ نون بھی استعمال کرنا پسند کرتے ہیں تاکہ کچھ ایسے خاص اثرات کی دکائی کر سکیں جن میں ہلکے پس منظر کے برخلاف کچھ تاریک چیزیں دکھائی گئی ہوں۔ لیکن انھیں حاصل کرنے کا سب سے بہتر طریقہ یہ ہے کہ لائنوں پر دھو دلوں (Washes) سے کام لیا جائے۔ اس کے بارے میں ہم تفصیل سے بعد میں بتائیں گے۔ یہاں ہم زیادہ تر بیکر کے بارے میں ہی سوچیں گے۔ اس طرح ہمیں جاندار اور متحرک اسکیچ حاصل ہوتے ہیں۔



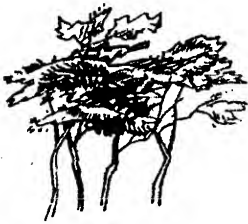
(5) سامنے والی تصویر کی طرح شید بھر کے، مختلف شکلوں کی تفصیل ظاہر کر کے پریشان ہونے کی ضرورت نہیں۔ سادہ خطوط سے ڈرائنگ بنا کر "پلاسٹر ایکٹ" (Plaster Act) کا تصور کر لیں۔ پھر تاریک حصوں میں بے فکرگی سے خطوط کھینچ دیں۔ کچھ دیر تک خطوط سے کھیلنے ہونے یہ کام انجام دیں۔ "خطوط والے شید" پر زیادہ غور و فکر کرنے کی ضرورت نہیں ہے بلکہ "جہاں" انھیں بنانا ہو وہیں اس قسم کے خطوط کھینچ دیں۔ البتہ "جہاں" پر بہت شبیدگی کی ضرورت ہے وہاں ضرور پلاسٹر غور کریں۔



(6) اس ڈرائنگ دنیا میں تمام ہی چیزیں ایک ہی سال سے بنی ہوئی ہیں۔ اس لیے آپ کو پٹے کرنا ہو گا کہ مختلف سال سالہ سے بنی ہوئی چیزوں کو آپ گھنٹیوں خطوط کے شید سے کس طرح ظاہر کریں گے: جیسے گھاس اور بھوسے کا ڈھیر یا گھاس سے بھرا ہوا میدان۔



(7) کچھ درختوں کی چٹان بیڑی ہوتی ہیں تو وہیں صوبری درختوں کی چٹان سونچوں کی طرح ہوتی ہیں۔ ہم تمام طرح کی چٹان کو تو بیڑا اپنے اس اسٹک میں نہیں دکھاسکتے البتہ مختلف طرح کے شڈ کی مدد سے ہم چٹان کی مختلف بیڑوں کو دکھاسکتے ہیں۔ اس لیے بیڑا اور شکلوں کا اظہار کرنے والے شڈ (بھرنے) کی پریکٹس کرنی چاہیے۔



(8) اسی طرح خیالی تصویروں کی بیڑا کے لیے ایک کونک نوٹ (Quick Note) بنی کافی ہے۔ یہ بات ذہن نشین رکھنی چاہیے کہ ”میں جو کچھ بھی بیڑا ہوں وہ کسی مال سالہ کی بنی ہوئی ہے۔“ جب آپ گھاس کی ڈرائنگ بنا رہے ہوں تو گھاس کے نوک دار ہونے کا خیال ذہن میں رکھیں۔ اسی طرح چھوڑا صوبری درختوں کی چٹان بناتے وقت ان کی جھن کو ذہن نشین رکھیں۔



(9 اور 10) جب آپ کھردری چھال والے درخت کی ڈرائنگ بنائیں تو اس کی چھال کی تختی کا تصور کریں۔ ”سفید سے“ کی طرح کے درختوں کے سنے کافی پکٹے ہوتے ہیں۔ اسی طرح جھیل کی عکاسی کرتے وقت لہروں کی ڈگمگاہٹ، ان کا لہرنا اور ان کے ارتعاش اور انکاس کا تصور ذہن میں رکھیں اور اپنے قلم کو اسی انداز میں لہرائے اور ڈگمگائے دیں۔





(11) انبار چملا (Tone) ساختہ (Form) اور بناوٹ کی عکاسی کرنے کا ایک آسان طریقہ یہ ہے کہ چائینز سفید رنگ یا اپنے قلم کی سفید روشنائی استعمال کریں اور سیاہ کانڈ پر سفید رنگ سے شیڈ بھریں یا بھر سفید کانڈ پر بھی کام سیاہ روشنائی سے بھی کیا جاسکتا ہے۔



(12) رنگین کاغذ (Pastel Paper) اس کام میں بڑے سفید ثابت ہوتے ہیں کیونکہ آپ موضوع کے مطابق ہی رنگ کا انتخاب کرتے ہیں جیسے صبح کا دھندلا دکھانے کے لیے نیلے یا کستری رنگ کا استعمال کر سکتے ہیں۔ اگر آپ کو یہ کانڈ دستیاب نہ ہوں تو کانڈ کو داڑھلے سے رنگین بنالیں جیسا کہ میں نے کیا ہے۔

مزید کتب پڑھنے کے لئے آج ہی وزٹ کریں . www.iqbalkalmati.blogspot.com

بڑی گھر (Body Colour)

فائدہ مند رہتا ہے جہاں عبوری اثرات (Transient Effects) کے تیز و علامت (Quick Notes) کو عقیدہ کرنے کی ضرورت پیش آتی ہو۔ جیسے رنگ کے زیادہ تر رقبہ کو ایسے ہی چھوڑ دیا جاتا ہے تاکہ موضوع کے عام ٹون (General Tone) کی عکاسی کی جاسکے اور آپ کی زیادہ تر توانیاں روشن پہلوؤں کی سرعت کے ساتھ عکاسی کرنے میں کام آسکیں۔

مندرجہ ذیل چھوٹے چھوٹے رنگین نوٹس (Colour Notes) کے سلسلہ سے ان خطوط کی نشاندہی کی جاسکتی ہے جن پر عمل کر کے نہایت کامیابی کے ساتھ بڑی گھر آزمایا جاسکتا ہے۔ سفید لائن ڈرائنگ کے لیے اس کے استعمال کرنے کے طریقے کا مظاہرہ پہلے ہی کیا جا چکا ہے۔

معمولی شفاف دائرہ رنگ (Ordinary Transparent Water Colour) سے تجربات کرتے وقت آپ نے دیکھا ہو گا کہ جب یہ سکتے ہیں تو کاغذ پر موجود کھیلے رنگ کے مقابلہ کچھ ہلکا ٹون اختیار کر لیتے ہیں۔ تجربات سے آپ اس تبدیلی کی تیاری کر لیا کریں گے۔ جب بڑی گھر کا استعمال کیا جاتا ہے تو رنگ سونے پر پیدا ہونے والی تبدیلی زیادہ نمایاں ہو جاتی ہے اور میڈیم (Medium) کے اس خصوصی طرز عمل کے لیے پہلے سے صحیح اندازہ لگانے اور تیار کرنے کے لیے کہیں زیادہ تجربہ درکار ہوتا ہے۔

شفاف رنگ کے مقابلہ بڑی گھر کے استعمال کرنے میں ایک فرق اور ہوتا ہے۔ شفاف رنگوں سے سب سے بہتر نتائج اس وقت حاصل ہوتے ہیں جب بہت زیادہ گہرے رنگ بہت زیادہ پانی میں ملا کر اور پھر برش بھر کر اس کا استعمال کیا جاتا ہے۔ اس انداز میں بڑی گھر کو ملا دیا جائے تو اس انداز میں نہیں سوکھ پائے گا کہ اپنے نیچے موجود کاغذ کو مکمل طور پر چھپائے۔ بڑی گھر انکچ میں نہایت تدریجی حصوں کی عکاسی کرنے کے لیے اس خصوصیت سے استفادہ کیا جاتا ہے۔ جب جیسے رنگ کے نیچے واقع سطح کو چھپانے کے لیے بڑی گھر کا استعمال کیا جائے تو ایسے موقعوں پر بہت گاڑھا چھینٹ ملایا جاتا ہے۔ رنگ تیز اور پانی کم ملا دیا جائے اور اس طرح اسے خود اس خشک استعمال کیا جاتا ہے۔

غیر شفاف رنگ کا استعمال (Use of Opaque Colour)

پینٹ باکس (Paint Box) کے 1/2 چائیز وہلٹ (Chinese White) کا استعمال کرتے وقت ہوشیاری برتی جاتے۔ یہ دائرہ رنگ اس سفید رنگ کو دیگر رنگوں سے ملا کر بڑی گھر (Body Colour) تیار کرنے کے معاملہ پر جان دہنی ہے۔ کہنے کا مطلب یہ نہیں کہ بڑی گھر کا استعمال ہی نہ کیا جائے۔ اس کے برعکس معاملہ یہ ہے کہ اسے استعمال کر کے بڑے پیمانے پر رنگین اثرات پیدا کیے جاسکتے ہیں۔ میں صرف یہ تجویز پیش کرتا ہوں کہ یا تو کوئی انکچ پورے طور پر شفاف (Transparent) رنگ سے تیار کیا جائے یا پھر صرف بڑی گھر سے۔ ان دونوں طریقوں کے امتیاز کے غیر شفاف رنگ حاصل ہوتا ہے جو گدلا اور مردہ دکھائی دیتا ہے جبکہ شفاف رنگ کزور اور کنٹراسٹ (Contrast) کے اعتبار سے قوت سے عاری (Lacks in Strength) نظر آتے ہیں۔ عمومی طور پر اس دنیا کے بہت سے ضابطوں میں اس سے ضابطہ کو بہت سے عمدہ آرائشوں نے نہایت کامیابی سے توجہ ہے، مگر انا ہی اور اس کام کی شروعات کرنے والوں کے لیے یہ ایک خطرناک راہ ہے۔ عقلی طور پر آپ کے سامنے راہ فرار اختیار کرنے کا یہی طریقہ رہ جاتا ہے کہ اگر درمیانی راہ گم ہو جائے تو گہرے رنگ پر جیسے رنگ کے چھوٹے چھوٹے پوندوں (Patches) کو چڑھا دیا جائے اور یہ کام بھی اس وقت کیا جائے جب برش سے رنگ اٹھائے یا چاقو وغیرہ سے کھرچنے یا کسی اور طریقہ کو بروئے کار لانے سے کچھ حاصل نہ ہو تاہم۔ اس سب کے باوجود بھی اخذ شدہ نتائج پر نگاہ ڈال کر آپ اس بات سے متفق نظر آئیں گے کہ بہتر یہی ہے کہ انکچ کو ردی کی نوکری میں پیشک کردہ بارہ انکچ تیار کیا جائے۔

بڑی گھر کا استعمال بذات خود ایک دوسرا معاملہ ہے۔ اس سے مجبورے، فاسٹری یا دیگر جیسے رنگوں (Tinted Colour) والے کاغذوں پر سب سے زیادہ فائدہ اٹھایا جاسکتا ہے۔ اس کا استعمال ایسے موضوعات کے لیے خاص طور پر موزوں رہتا ہے جہاں زبردست نوعیت کے ٹون اختلافات (Tone Differences) واقع ہوتے ہوں، خصوصاً یہ ایسے موقعوں پر بڑا

بڑی کلری وضع قطع کی عکاسی کرنے کے لیے تین مثالیں کافی رہیں گی:

(1) گہرے نیلے۔ خاکستری کاغذ پر سفید اور زرد بڑی کلوں کا استعمال اس وقت بے حد اضافہ ہو جاتا ہے جب اجانک کوئی بیجان انگیز اثر نمودار ہوتا ہے، چاہے چند منٹوں کے لیے ہی کیوں نہ سکی۔

(1) گہرے نیلے۔ خاکستری کاغذ پر سفید اور زرد بڑی کلوں کا استعمال اس وقت بے حد اضافہ ہو جاتا ہے جب اجانک کوئی بیجان انگیز اثر نمودار ہوتا ہے، چاہے چند منٹوں کے لیے ہی کیوں نہ سکی۔

(3) اس چھوٹے سے اسٹیک میں بغیر چھوئے گئے کاغذی مقدار بہت کم ہے۔ موضوع کے اصل خطوط گہرے بھورے اور کچھ نیلے رنگ سے کھینچے گئے ہیں، نیلے رنگ میں تھوڑا سا سفید رنگ بھی ملایا گیا ہے۔ جب رنگ خشک ہو جائیں تو موضوع کے گہرے رنگ والے حصوں کو برش کی مدد سے اجاگر کیا گیا تھا۔ اس سلسلے میں استعمال کیے جانے والے کلم میں کافی مقدار میں سفید رنگ ملایا گیا تھا تاکہ یہ نیم غیر شفاف (Semi-opaque) بن جائے لیکن اس کے باوجود بھی کلم کے دھوئوں میں سے کاغذ کا خاکستری رنگ نظر آتا رہا ہے۔ ان رنگوں کا نمبر بعد میں آیا جن میں سفید رنگ زیادہ مقدار میں ملا ہوا تھا اور سب سے زیادہ روشن حصوں کو نسبتاً زیادہ سوکھے بڑی کلم سے دکھایا گیا تھا۔ اس آخری بڑی کلم کے کچھ حصے کو سرکنڈے کے قلم سے بھرا گیا تھا، تھوڑے سے زیادہ تاریک کام کو سب سے آخر میں اس وقت انجام دیا گیا جب پورا اسٹیک کافی سوکھ گیا۔ آپ کو پتہ چلے گا کہ غیر شفاف رنگ پر گہرا رنگ ب آسانی چڑھ جائے گا۔

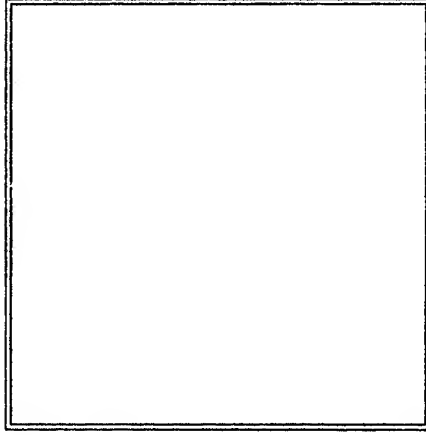


(2) سب سے پہلے گہری لائیں کھینچی جاتی ہیں، پھر آسمان، سمندر اور درختوں کے روشن حصوں جیسی چیزوں کو دکھانے کے لیے پتلے بڑی کلم استعمال کیے جاتے ہیں۔ آسمان، سڑک، سمندر اور درختوں کے سب سے زیادہ روشن حصوں کو دکھانے کے لیے سب سے آخر میں گاڑھے بڑی کلمیں استعمال کیے جاتے ہیں۔ بڑی کلم کے کہیں کہیں اور بہت تھوڑے استعمال کے لیے سرکنڈے کا قلم استعمال کیا جاسکتا ہے۔



مندرجہ بالا دونوں مثالوں میں آپ نے یہ بات دیکھی ہو گی کہ

کمپوزیشن (Composition)



اس چھوٹے فریم کو کسی بڑی تصویر پر رکھیے اور پھر اسے تصویر پر لٹا کر اس حصہ کو دریافت کیجیے جس سے بہترین ڈیزائن بناسکتے ہوں۔

اسکچنگ کرتے وقت آپ اس کارڈ کو آنکھ سے مختلف فاصلوں پر رکھ کر دیکھ سکتے ہیں۔ اس سے آپ کو اپنے موضوع کی سب سے بہتر ترتیب (Arrangement) معلوم کرنے میں مدد مل سکتی ہے۔

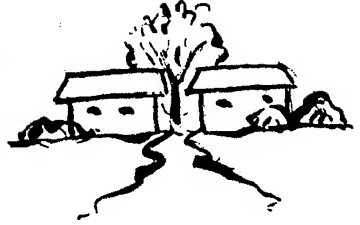
اوپر نقطہ بردار خطوط پر دکھائے ہوئے چورسے اسکاچنگ کو کسی سفید کارڈ پر کاٹ لیجیے۔ اور پھر مونسے خطوط سے ایک فریم کی شکل بنادیتے۔

اس طرح جب آپ اسے کسی کتاب وغیرہ پر رکھیں گے تو اس کے اندر بنی ہوئی تصویر باقی تصویر سے علیحدہ ہو جائے گی اور اسی کے ساتھ آپ مختلف قسم کے اسکچوں کو فریم کرنے کی قدر و قیمت سے بھی واقف ہو جائیں گے۔

کمپوزیشن یا تصویروں کے ڈیزائن پر بہت سے صفحات تحریر کیے گئے ہیں۔ یہاں میں صرف یہ بتانے چاہتا ہوں کہ آپ ایسے اسکچوں (Sketches) کو ہرگز نہ بنائیں جو نامموز یا غیر حوازن (Lop-sided) ہوں۔



اپنے اسٹک کے تمام دلچسپ حصہ کو ایک ہی جانب ظاہر کرنا بھی بڑا پریشان کن ہوتا ہے اور آپ کو اس پر ایک نگاہ ڈالتے ہی یہ بات سمجھ میں آجائے گی۔ دیکھیے اوپر کی تصویر۔



میرا یہ مطلب ہے کہ آپ اپنے اسٹیجوں کو بالکل متشاکل (Symmetrical) بنائیں جیسا کہ اوپر کی تصویر ہے۔ یہ غیر جذباتی اسٹک ہے۔



جب تک آپ کو اچھی خاصی پریکٹس نہ ہو جائے اس وقت تک مقررہ مربع (Fixed Squares) یا مستطیل نما شکل کی مدد سے اسٹک کھینچنے کی کوشش نہ کریں۔ کانڈ کے وسط سے کام کرنا شروع کریں اور پھر دائیں، بائیں، اوپر، نیچے اسے بڑھاتے چلے جائیں۔ اور ذرا ان کو متوازن کرنے والے حصوں کا اضافہ کرتے چلے جائیں۔ جھونپڑی (Cottage) سے ابتدا کریں اور اس کے ارد گرد کے منظر کی عکاسی کرتے چلے جائیں۔



ہم کیوڈیشن کے تمام ہی پیچیدہ ضابطے بیان کرنے کی کوشش نہیں کریں گے۔ آپ کو اپنے اسٹک کی ایک سمت کو دوسری سمت پر کسی دوسری چیز سے متوازن کرنا ہوتا ہے۔ بات ذہن نشین رکھنی ہوتی ہے کہ ایک ایسی چھوٹی شے جو چاروں طرف کھلی جگہوں سے گھری ہو ایک بڑے عظیم الجثہ درخت کو متوازن کر دے گی۔

مزید سامان (More Materials)

اپنے سامان میں مندرجہ ذیل سامان کا اضافہ کر لیجیے:

پانی کی ایک چھوٹی سی شیشی

پانی رکھنے کے لیے ایک چھوٹا پیالہ

عمدہ نوک والا وائٹر کلر برش۔ اس کے بال تقریباً 3/4 انچ لمبے ہوں اور یہ نرم اور عمدہ سامان

ہو۔ واش کے بالوں والے برش کا زیادہ استعمال نہیں ہوتا اس لیے سیبل (Sable) یا جٹ

(Fitch) سب سے بہتر رہے گا۔



(1) کافی زیادہ پانی ڈال کر اپنی سیاہ روشنائی کو اتنی ہلکی بنائیں کہ اگر اسے کاغذ پر پھیریں تو درمیانی خاکستری رنگ بن جائے۔ اب آپ کالی روشنائی کے خطوط سے بنی ہوئی ڈرائنگ پر اس ہلکی روشنائی کے برش کی جنبشوں (Strokes) سے پیکرہوں کا اظہار کر سکتے ہیں۔ پہلے روشنائی اچھی طرح سوکھنے دیں اور پھر چاہے تو قلم سے شید بھر دیں اور چاہیں تو نہ بھریں۔ اس بات کا پوری طرح خیال رکھیں کہ لائنیں بگڑنے نہ پائیں۔ اگر بادل دکھانے ہوں تو انھیں برش اور تیار کردہ روشنائی سے دکھایا جاسکتا ہے۔

(2) اسی طرح دوسرا انک بنائیں اور اس پر پھیرے ہوئے دھون اگھول (Wash) کو سوکھنے دیں۔ اب اس میں سیاہ روشنائی سے لائن شیدنگ (Line Shading) کا اور اضافہ کر دیں۔ یہ شیدنگ واش (Wash) سے درہم برہم نہیں ہوگی اور نتیجہ میں زیادہ تفصیلی اثرات اور سطح کاری سے متعلق زیادہ مقررہ خیال (Suggestion of Textures) کی عکاسی ہو پائے گی۔

(3) انھیں خطوط پر کام کرتے ہوئے سیاہ روشنائی اور سیاہ روشنائی والے شیدنگ سے ڈرائنگ تیار کیجیے۔ ان سب کو سوکھ جانے دیجیے اور پھر اس پر ہلکی روشنائی والے دھون اگھول کا استعمال کیجیے اور پھر دیکھیے کہ یہ دھون اگھول کس طرح لائنوں کو ہلکا کر دیتا ہے اور پھر لائن ڈرائنگ سے مکمل مل جاتا ہے۔



(4) اس سے بھی زیادہ نرم، ہلکے اور شائستہ نتائج (Softer Results) تک پہنچنے کا ایک طریقہ اور ہے جسے مقررہ خط (Definite Line) کی تائید اور حمایت حاصل رہتی ہے۔ سیاہ روشنائی سے کم سے کم لائن شینگ وائی لائن ڈرائنگ بنائیے۔ لیکن اس میں جب یہ لائنیں کھلی ہوں اسی وقت ہلکی روشنائی والا گھول استعمال کیجیے۔ واش کو پر چھائیں وائی جانب کی لائنوں سے تو چھونے دیں لیکن اشیاء (Objects) کے روشنی والے پہلوؤں کو چھونے سے زیادہ تر اجتناب کریں۔ بہت ہی ہلکے دھوونوں / گھولوں (Washes) یا سادہ پانی کے استعمال سے عمدہ نتائج برآمد ہو سکتے ہیں۔



(5) جب آپ کے پاس سیاہ روشنائی دھوون (Black Ink Wash) بچ جائے تو اس سے دور کی ڈرائنگ بنا کر (قلم استعمال کر کے) تجربہ کیجیے۔ اسے سوکھے دیں۔ اب قلم میں سیاہ روشنائی بھر لیں اور پھر سامنے کی منظر کشی کریں۔ نتیجتاً حاصل ہونے والے تخفیف (Recession) کے اثر کو ملاحظہ کریں۔ جب ہم رنگ استعمال کریں گے تو ہمارا واسطہ اس طریقہ سے بہت پڑے گا۔

اولین رنگوں کا دارو ہوتا (The First Colour Arrive)

روشائی کی لائنوں اور شینگ سے ان رنگوں سے پیدا ہونے والے اساس میں اضافہ ہو جاتا ہے اور تاریک حصوں یا گہرے حصوں کی شدت بڑھ جاتی ہے۔ آپ ان دو رنگوں سے بہت کچھ کر لیں گے حالانکہ ان سے آپ کے ذریعہ ڈھونڈ جانے والے بوجھ میں تو اضافہ ہو جائے گا لیکن ان کی رہنمائی کے سبب آپ کو بھرپور رنگوں والی رلو پر نرم روی سے گامزن رہنے میں مدد بھی ملے گی۔ کسی سفید چینی کی طشتی یا سفید ٹائل یا اٹھل برادر کسی نین کے ڈسکن پر آپ رنگوں کو ملا سکتے ہیں۔



ٹیوبوں (Tubes) میں موجود دو دائرہ گروں سے کام کی ابتدا: زرد آکرے (Yellow Ochre) زمین سے حاصل ہونے والی قسم ہے اور کوبالت نیلا (Cobalt Blue) بہت پیارا اور آکرے کے مقابلہ میں زیادہ کم ہے۔ استعمال میں لائی جانے والی شدت کے مطابق زرد آکرے سے زرد، الہ اور بھورے رنگوں کا احساس پیدا کیا جاسکتا ہے۔ آکرے میں کوبالت نیلے رنگ کی آمیزش کر دی جائے تو اس سے مختلف شدتوں والے ہرے، زرد، ہرے سے لے کر نیلے ہرے رنگوں تک کی عکاسی کی جاسکتی ہے۔ کالی

کام کی ابتدا کرنے کے لیے روشنائی سے بنائے ہوئے اپنے اسٹیک ذخیرہ میں سے ایک سادہ اسٹیک کا انتخاب کیجیے۔ اب اس پر خالص زرد آکرے اور خالص کوبالت نیلے کے چند سادہ دھوئوں (Washes) کو بھیر دیے۔ لیکن انھیں بھیرنے سے قبل ان میں کافی مقدار میں پانی ملا لیں کیونکہ کہیں ایسا نہ ہو کہ یہ اتنے گاڑھے ہو جائیں کہ خطوط ان کے پیچھے ہی چھپ جائیں۔ پتچوں (Patches) کو گہرے پیلے سے پلے تینٹ (Pale Tint) میں درجہ بند کرنے کی کوشش نہ کریں لیکن رنگوں کو ممکنہ طور پر سادہ ترین انداز میں مرتب کرتے چلے جائیں۔ البتہ ایک دوسرے کی مناسبت سے مختلف حصوں کے نون کے فرق کو ذہن نشین رکھیں۔ نتیجہ سادہ مگر پراثر ہوتا ہے۔ اس سے قدرتی ماحول کے رنگوں کا اظہار تو نہیں ہوتا لیکن اس سے ذہن عمومی اثر کی جانب منتقل ہو جاتا ہے۔ یعنی اس سے یہ یاد دہانی ہو جاتی ہے کہ میدانوں میں ہرے رنگ کے تغیر پذیر یہ شیز موجود تھے اور یہ کہ پہاڑیوں پر دھوپ پھلاؤں اور ہرا نیلا رنگ موجود تھا، وغیرہ وغیرہ۔

اپنے اسٹیکوں میں استعمال کریں۔ کبھی کبھی لائن اور واٹ اسٹیکوں سے بھی رجوع کرتے رہیں اور انھیں بنانے کے لیے روشنائی اور ہلکی روشنائی کا استعمال بھی کرتے رہیں۔ پھر آپ ان چیزوں پر دائرہ کار کا استعمال کر کے مزید کچھ اور اضافہ کرنے کی کوشش کریں۔

اگر آپ مختلف کتابوں کا مطالعہ کریں تو آپ کے علم میں کاغذ پر دائرہ کار استعمال کرنے کے کئی طریقے آئیں گے۔ بہر حال ہم نے صرف پارہ طریقوں کا ہی مظاہرہ کیا ہے اور یہ طریقے بہت دور تک آپ کا ساتھ دیں گے۔ ان سب کو آزمائیے اور پھر ان میں جن میں سب سے اچھا سمجھیں انھیں

(1) رنگوں کو مطلوبہ گہرائی تک ایک دوسرے میں ملایا جاسکتا ہے اور پھر انھیں ایک متعین برش اسٹروک (Brush Stroke) یا اسٹروکوں (Strokes) سے نسبتاً چھونے والی رقبہ کو رنگا جاسکتا ہے۔



کافند پر نیچے تک لے آئیں۔ اپنا برش خشک کریں اور تلی میں موجود خاتمہ رنگ کو اس سے اٹھالیں۔ جب تک یہ گیلا ہے اس وقت تک اس کے کسی بھی حصہ کو دوسری مرتبہ ہرگز نہ چھوئیں ورنہ سب کچھ برباد ہو جائے گا۔
تفصیل (Illustration) سے یہ تو معلوم ہوتا ہے کہ کتنا رقبہ گھرا ہوا ہے لیکن نچلے حصہ میں موجود رنگ کے گولے کو خشک برش سے نہیں اٹھایا گیا ہے۔

بڑے رقبہ پر ہلکا رنگ یا رنگ کا گول استعمال کیا جاسکتا ہے۔ جتنی آپ کو ضرورت ہو اس سے زیادہ رنگ کا آمیزہ تیار کیجیے۔ کافند کو تھوڑا سا ڈھال دے دیں اور رنگ سے برش کو پوری طرح بھر کر کافند کے اوپر ہی حصہ میں ادھر سے ادھر تک پھیر دیں۔ برش کو ایک مرتبہ بھر رنگ میں ڈبو کر پہلی والی لائن سے ملا کر پھیر دیں۔ جب تک آپ کافند کے نچلے حصہ تک نہ پہنچ جائیں تب تک یہی مشغلہ جاری رکھیے اور رنگ کے گولے کو لے کر رفتہ رفتہ

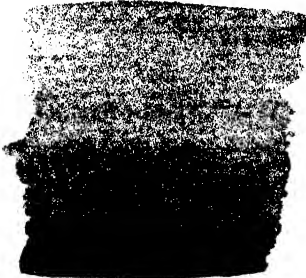
(2) دھوون سے انجام دیا جانے والا ایسا تجربہ جس میں دھواں کافند پر پڑتا ہے اور پھر ہلکا رنگ پڑتا دیا گیا ہے۔ اس میں بھی آپ پینٹلے دلی (تیسرا رنگ) کرنے کی ترکیب آزمائیے مگر ہر مرتبہ برش کو کافند پر پھیرنے سے قبل رنگ میں حریف پانی ملا کر رنگ کو پینٹ پر ابھی طرح ملا کر ہلکا کرتے چلے جائیے۔



(3) اب کانڈ کو سادہ پانی سے دھو دیں اور جہاں آپ پسند کرتے ہوں وہاں (کانڈ پر) کچھ رنگ پٹکادیں۔ اس طریقہ سے سفید علاقہ میں چھوٹے رقبوں کے لیے موزوں اور مختلف گریڈ کا لٹیف رنگ حاصل ہو جاتا ہے۔



(4) ایک مرتبہ پھر یہی ترکیب آزمائیے مگر سادہ پانی کے دھون پر رنگ پٹکانے کے بجائے اس مرتبہ ایک رنگ پر دوسرا رنگ پٹکائیں۔



(5) ایک کم ڈھلوان کانڈ پر ایک رنگ کا چھینٹا (Patch) ڈالیں۔ جب یہ گھیلا ہو تو اسی وقت اس سے ملا کر ہی ایک دوسرے رنگ کا دھون ڈالیں۔ اب آپ کو ایک رنگ دوسرے رنگ میں تبدیل ہوتا ہوا ہاتھ لگ جاتا ہے۔



(6) جب رنگ گھیلا ہوتا ہے تو اس میں سے کچھ رنگ کو خشک برش سے اٹھا کر آسان رہتا ہے۔ اس طرح ایک چھوٹے سے علاقہ میں تھوڑا سا تدریج (Gradation) پیدا کی جاسکتی ہے۔ یہ کام سلیے برش سے اس وقت بھی انجام دیا جاسکتا ہے جب رنگ سوکھ جائیں۔ اس میں کچھ زیادہ دیر بھی لگتی ہے اور جازہ اثرات کی کمی بھی نمایاں طور پر جھلکتی رہتی ہے۔

رنگوں کے ساتھ درجنوں ترکیبیں بروئے کار لائی جاسکتی ہیں لیکن اوپر جو بھی ترکیبیں سمجھائی گئی ہیں ان کی بنا پر آپ مختلف طرح کے کام انجام دے سکتے ہیں اور یہ ترکیبیں دوسرے آپ کا ساتھ نہیں چھوڑیں گی۔

(7) آپ کو یاد ہو گا کہ جب خطوط کیلے ہی ہوں تو روشنائی اس کیجے میں ہلکی روشنائی کے دھون کو کس طرح استعمال کیا جاتا ہے۔ ٹھیک ہے اب دوبارہ یہی کام کیجیے لیکن اس مرتبہ ہلکی روشنائی کے بجائے زرد آکرے اور کوہالت نیلے رنگ کا استعمال کریں۔ دیکھیے کہ کالی لائنیں کس طرح رنگوں میں ضم ہو کر معکم ہو جاتی ہیں۔ اب آپ رنگوں سے مختلف اس ظلم کا استعمال کریں جو دائرہ کے سلسلہ میں حاصل کر چکے ہیں۔ اس اس کیجے کا موازنہ اس اس کیجے سے کیجیے جس میں آکرے اور کوہالت کا اضافہ کرنے سے قبل روشنائی کو سوکھے دیا گیا تھا۔



(8) اس تجربہ میں کوہالت نیلا رنگ استعمال کرتا ہے۔ اس لیے اپنے قدم سے لیے نیلی روشنائی مانے کی غرض سے ایک چھوٹی شیشی (ہومیو پیتھک کی گولیوں والی مناسب رہے گی) میں تھوڑا سا کوہالت نیلا رنگ تیار کیجیے۔ اس شیشی پر کارک لگا کر آپ اسے کہیں بھی لے جاسکتے ہیں۔ ٹھیک اسی طرح ایک دوسرا اس کیجے بھی بنائیے مگر اس مرتبہ اس میں نیلے خطوط سے کام لے کر اس میں زرد آکرے (Yellow Ochre Wash) بھر دیں۔



(9) اب دونوں رنگوں کو الٹ دیں۔ اس میں تیز زرد آکرے رنگ سے لائنیں اور دم کوہالت نیلے (Paler Cobalt Blue) کو دھون کے طور پر استعمال کیجیے۔ اب آپ کی سمجھ میں آیا کہ جب آپ کے پاس رنگوں کی ایک لمبی چوڑی رینج (Range) موجود ہو تو آپ کے سامنے کتنی وسعت پیدا ہو جاتی ہے (یعنی جب آپ تمام ممکنہ شدت والے رنگوں اور رنگوں کے دھونوں کو بروئے کار لاتے ہیں)؟ یہ بات اس وقت اور بھی اچانک ہو کر سامنے آتی ہے جب لائنوں اور انکھوں کے لیے مختلف رنگوں کو بروئے کار لایا جاتا ہے۔



(10) میں یہاں یہ بتا چلوں کہ ان دونوں رنگوں کا لائن اس وقت ایک کار آمد طریقہ قرار دیا جائے گا جب آپ کے پاس ان دھوئوں (Washes) کے پھیرنے کا وقت نہ ہو۔ ہم تاریک حصوں کو نمایاں کرنے کے لیے کافی بڑے حصوں میں قلم کے رنگ بھر سکتے ہیں۔



(11) رنگوں کے پورے رینج (Range) کے حصول سے پیدا ہونے والے جوش سے قبل، آئیے ایک اسکیچ اور بتائیں۔ اسکیچ بنانے کے لیے سیاہ روشنائی، کوبالت اور آکرے کا استعمال کریں۔ کبھی کبھی آخری دونوں رنگوں کو ملا کر رنگ کی نئی قسم بھی حاصل کر سکتے ہیں۔



(12) یہاں میں یہ اطلاع دیتا چلوں کہ ہم نئے کے مضبوط کھڑے یا آپ کے کاغذ سے تھوڑا بڑا قہری چٹائی کھڑی کے کھڑے اور اس پر کاغذ تھانے کے لیے بڑے ربربینڈ (Rubber Bands) سے کام کی شروعات کر سکتے ہیں۔ آپ کاغذ کے بہت سے صفحات کو لاہر پیچ رکھ کر بھی اس قسم کا پیڈ بنا سکتے ہیں۔



رنگ (Colour)

رنگ کا کردار (Role of Colour)

انسانی زندگی میں رنگ بہت اہم کردار ادا کرتا ہے۔ ہم سبھی قدرتی ماحول اور لوگوں کی بنائی ہوئی چیزوں کے درمیان زندگی گزارتے ہیں۔ یہ چیزیں کسی نہ کسی رنگ کی ضرورت ہوتی ہیں۔ اب کیونکہ ان رنگین چیزوں سے ہمارا واسطہ مسلسل پڑتا رہتا ہے اس لیے ہم ان کی طرف اس وقت تک بھرپور توجہ نہیں دیتے جب تک کوئی رنگ ہماری آنکھوں کے سامنے چمک کر نمودار ہو کر کے لیے ہمارا حسیان ان عوامل یا اس واقعہ کی جانب مبذول نہ کرادے۔ دھوپ چھٹوں کی طرح ہم اپنی روزمرہ کی زندگی میں رنگ بھی قدرتی طور پر قبول کرتے آ رہے ہیں۔

انسان رنگوں سے اس وقت سے واقف ہے جب سے اس نے ان کی جانب توجہ دینا اور اپنے احساسات اور خیالات کا اظہار کرنا شروع کیا ہے۔ رنگ حواس پر بلا واسطہ طور پر اثر انداز ہوتا ہے اور احساسات اور خیالات کے اظہار میں مدد دیتا ہے۔ اس طرح ان کی موجودگی سے ماحول زیادہ پر حسرت اور خوشگوار بن جاتا ہے اور ایک وجدانی کیفیت پیدا ہو جاتی ہے۔

رنگ (Colour)

جب روشنی کی شعاعیں رنگوں میں نوٹ کر آنکھوں میں داخل ہوتی ہیں تو رنگوں کا احساس پیدا کرتی ہیں۔ روشنی رنگ کا وسیلہ ہے۔ روشنی کی عدم موجودگی کا مطلب ہے رنگوں سے بے خبری۔ سفید روشنی تمام قدرتی رنگوں کا آمیزہ (Mixture) ہوتی ہے۔ کسی بھی شے کا رنگ دراصل اس سے ٹکرا دہائے آنے والی روشنی ہوتی ہے۔ مثال کے طور پر جب کوئی شے نیلی نظر آتی ہے تو اس کا مطلب یہ ہوتا ہے کہ اس شے نے صرف نیلے رنگ کو ہی منعکس کیا ہے اور روشنی کے باقی تمام رنگوں کو اپنے اندر جذب کر لیا ہے۔ اگر کوئی سطح تمام رنگوں کو مساوی طور پر منعکس کرتی ہو تو وہ سفید ہمیں سفید نظر آئے گی اس کے برعکس جب کوئی سطح تمام رنگوں کو مساوی طور پر جذب کر لیتی ہے تو وہ سیاہ نظر آتی ہے۔ مگر قدرتی ماحول میں شاید ہی کوئی شے مکمل طور پر سفید ہو کیونکہ قدرتی ماحول میں چیزیں یا جزوی طور پر

رنگ منعکس کرتی ہیں یا جزوی طور پر رنگ جذب کرتی ہیں۔ قدرتی ماحول میں پائے جانے والے معادن رنگ یا تو یکے ہوتے ہیں یا کچھ۔ اسی طرح رنگوں کے لیے ”نہایت گرم یا نہایت خشک“ (لفظ) کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ اسی طرح کلاسیک (Colour Scheme) میں غالب یا ذیلی رنگوں کا انتخاب کیا جاتا ہے۔

چونکہ ایک رنگ دوسرے رنگوں کی مناسبت سے ہی واقع ہوتا ہے اور کیونکہ اس کی شدت کو اس کے پڑوسی رنگ مستقل طور پر ہلکا کرتے رہتے ہیں۔ اس لیے ہر ایک رنگ کی صرف ایک محدود اور منتخب ہم آہنگیوں (Chosen Tones) کو ہی مناسب طور پر کنٹرول کیا جاسکتا ہے۔ اس لیے متبادلات (Alternatives) میں سے ایک فیصلہ کن انتخاب کیا جاتا ہے۔ ہم صرف اسی رنگ کو پہچان سکتے ہیں جس میں کچھ معنویت موجود ہو اور جو رنگ کے بارے میں ہمارے گزشتہ مجموعی تجربے کا نچوڑ ہو۔ تفسیر تبدیل کے ذریعہ ہم ایک ہی نظارہ میں اس رنگ کو (جس کے بارے میں ہمارا یہ خیال ہوتا ہے کہ ہم نے واقعی وہی رنگ دیکھا ہے) ایک دوسرے میں ضم کر دیتے ہیں جو مکمل تصویر کو معنویت بخشنے کے لیے درکار ہوتا ہے۔ لیکن ہم انتخاب کسی بھی طرح سے کیوں نہ کریں بہر حال اس کا جزوی مطلب دی ٹھکانا چاہیے جیسا کہ اس طرح کی اسکیم سے پہلے بھی نکل چکا ہے اور جس کی عکاسی کرنے کے لیے ہم پہلے بھی ان رنگوں کو استعمال کر چکے ہیں۔ ہم تین دہائیوں سے رنگ انداز کرتے ہیں:

(1) رنگین (Pigments) سے،

(2) مشاہدہ (Observation) سے اور

(3) آرٹ (Art) سے۔

ہم جن رنگوں کو دیکھتے ہیں وہ ان طول ہلے امواج (Wave Lengths) پر مشتمل ہوتے ہیں جنہیں انسانی آنکھ محسوس کر سکتی ہے۔ مختلف رنگوں کے احساسات بھی مختلف ہوتے ہیں کیونکہ مختلف رنگوں کے طول ہلے موج (لہر) میں فرق ہوتا ہے اور یہ کہ روشنی کی امواج آواز کی

کے ذریعہ کنٹرول کیا جاتا ہے اور عمومی رنگوں کے احساس کو کونسل کے ذریعہ کنٹرول کیا جاتا ہے۔

اس ضمن میں کچھ دیگر نظریات بھی موجود ہیں۔ مثلاً یہ کہ انسانی آنکھ خصوصی رنگین اعصاب کے تین سیٹوں (Three Sets) سے پس ہوتی ہے اور ہر ایک عصب بنیادی رنگوں — لال، زرد اور نیلے — میں سے کسی ایک کے تین زود حس یا رد عمل کی صلاحیت رکھنے والا ہوتا ہے۔ اگر یہ سرنگی اعصاب یک وقت عمل پیرا ہوں تو اس کے نتیجہ میں سفید رنگ کا احساس پیدا ہوتا ہے۔ زیادہ تر آرتسٹ اور پرتغ حضرات عملی مقاصد کے لیے اس نظریہ کو تسلیم کرتے ہیں۔ تمام پینٹ ملنگ (Paint Mixing) اور کثیر رنگی (Multi Colour) تخلیقی کام انھیں ابتدائی رنگوں کے انتخاب پر منحصر ہوتا ہے۔

ابتدائی بنیادی رنگ (Primary Colours)

زرد، لال اور نیلا — تینوں رنگ بنیادی رنگ کہلاتے ہیں اور انھیں بنیادی اس لیے کہتے ہیں کہ انھیں دیگر رنگوں کی آمیزش سے حاصل نہیں کیا جاسکتا۔ انھیں حاصل کرنے کے لیے مٹی، معدنیات، نباتاتی یا حیوانی مادوں کو جیس کر نہایت باریک ذرات کی شکل میں ملایا جاتا ہے۔ لہذا اس سیال کی شکل میں ان کا وہی قدرتی رنگ حاصل ہوتا ہے جس میں انھیں ملایا گیا ہے۔

ثانوی رنگ (Secondary Colours)

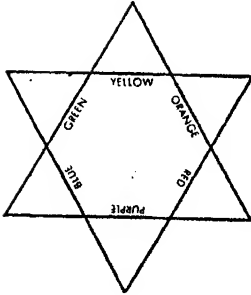
ہرے، نارنجی اور لودے یا بینگی رنگ — ثانوی رنگ کہلاتے ہیں۔ انھیں حاصل کرنے کے لیے دو بنیادی رنگوں کو آپس میں ملایا جاتا ہے۔ اس طرح نیلے اور زرد رنگ کو ملانے پر ہر رنگ حاصل ہوتا ہے۔ لال اور زرد سے نارنجی رنگ اور لال اور نیلا رنگ سے لودے یا بینگی رنگ حاصل کیا جاسکتا ہے۔

اسواج کے مقابلہ نہایت سرعت سے سز کرتی ہیں۔ انسانی آنکھ کو رنگ محسوس کرنے کی مچانکس صرف محدود طول ہائے موج تک ہی محدود ہوتی ہے اور یہ پورے طیف (Spectrum) کے ایک چھوٹے سے حصہ کو ہی محسوس کر سکتی ہے۔ بھٹکی، آسانی، نیلے، ہرے، زرد، نارنجی اور لال رنگوں یعنی طیف کے رنگوں کو ملا دیں تو سفید روشنی (مجموع کا رنگ) وجود میں آ جاتی ہے۔ اس سلسلہ میں قدرت نے قوس قزح (Rainbow) کی عجیب و غریب اور منفرد مثال کے ذریعہ ہمیں روشنی کا انتشار (Dispersion of Light) ہوئے دکھایا ہے۔ ہوا میں موجود بارش کے قطرے نئے نئے منشور (Prism) بن جاتے ہیں اور سفید روشنی کو اس کے عناصر رنگوں میں توڑ ڈالتے ہیں۔

ہمیں رنگوں کا احساس کس طرح ہوتا ہے اس کا اجماع تک کوئی واضح اور ثباتی جواب نہیں مل سکا ہے۔ ماہرین عضویات (Physiologists) لال، ہرے، نیلے، اور زرد رنگ کو بنیادی رنگ مانتے ہیں۔ انسانی آنکھ ان چاروں رنگوں کا احساس جفتوں (Pairs) میں کر سکتی ہے۔ آنکھ کے ایک حصہ میں اعصاب کا ایک سیٹ تو لال اور ہرے رنگ کو اپنے اصلی رنگ میں دیکھ سکتا ہے جبکہ آنکھ کے دوسرے حصہ میں موجود اعصابی سیٹ نیلے اور زرد رنگ کو محسوس کر سکتا ہے۔ ان دونوں اعصاب کے اشتراک سے ملے جلے رنگوں کو دیکھا جاسکتا ہے۔ اگر آپ چند سیکنڈوں تک لال رنگ پر نگاہ گاڑے رہیں اور پھر کسی سطح یا معتدل روشنی والی سطح (Light Neutral Surface) کا جائیدیکھیں تو آپ کو نیلا، ہر اور کچھ نظر آنے کا اور اسی طرح اس کا برعکس بھی رونما ہو سکتا ہے۔ اسی طرح لکھوں کے سامنے معاون رنگوں (Complimentary Colours) کی ایک پس فیہ (After Image) بن جاتی ہے اور یہ رنگ ایک بھری عصب (Optic Nerve) کے ذریعہ نظر آتے رہتے ہیں۔ یہ بھری اعضاء یعنی انسانی راجیٹا (Retina) میں موجود رڈس (Rods) اور کونسل (Cones) آپس میں اشتراک کر کے رنگوں کے آمیزوں کا احساس کراتے ہیں۔ سیاہ اور سفید رنگوں کے احساس کو رڈس

کمرائیکم حاصل کرنے کے طریقے

(Methods of Obtaining Colour Schemes)



کمرائیکم مندرجہ ذیل طریقوں سے حاصل کی جاسکتی ہے:

(1) بے لونی رہے رنگ (Achromatic): اس کمرائیکم میں صرف سیاہ اور سفید رنگوں کا ہی استعمال ہوتا ہے۔

(2) یک لونی رہے رنگ (Mono-chromatic): اس میں رنگوں کی مختلف قدریں (Values) — ایک ہی رنگ کی شدت یا ٹون (Tone) — بروے کار لائی جاتی ہیں جیسے مثال کے طور پر ہلکا نیلا رنگ، درمیانہ نیلا یا گہرا نیلا رنگ۔ اسی طرح دیگر کسی اور رنگ کا معاملہ بھی ہو سکتا ہے جسے مدارجی تغیرات میں حفظ (Conservative) کمرائیکم تیار کرنے کے لیے استعمال کیا گیا ہو۔

(3) مختلف کمرائیکم کی اعلیٰ یا لاٹھی (High or Low Key Colour Schemes): یہ ہلکی یا گہری قدروں — ٹون والے رنگوں پر مبنی حاصل کردہ کمرائیکم ہوتی ہے۔

(4) کثیر لونی یا کثیر رنگ (Poly-chromatic): مناسب نفاذ حاصل کرنے کے لیے مطلوبہ اور کئی رنگوں کو استعمال کر کے اسے تیار کیا جاتا ہے۔

(5) مماثل یا متعلقہ (Analogous or Related Harmony): یہ ان رنگوں پر مبنی ہوتی ہے جو کمر و میل (Colour Wheel) پر ملحقہ (Adjacent) ہوتے ہیں اور ایک ہی بنیادی رنگ کے خاندان سے تعلق رکھتے ہیں۔ یا پھر جہاں تمام استعمال شدہ رنگوں میں ایک رنگ مشترک ہو تا ہے جیسے زرد، نارنجی یا لال۔

(6) کاپلی میٹری (Complimentary): اسے دو ایسے رنگوں کی آمیزش سے بنایا جاتا ہے یا حاصل کیا جاتا ہے جو کمر و میل پر بلا واسطہ طور پر ایک دوسرے کے مخالف ہوتے ہیں۔ جیسے لال اور ہرہ، جامہاگر کاپلی میٹری کیس قدر اور کمر و (Chroma) اس کے نہ ہوں تو اختلاف بھی پیدا ہو جائے گا۔

(7) ایڈجیکٹ کاپلی میٹری (Adjacent Complimentary): کمرائیکم میں اسے حاصل کرنے کے لیے تین رنگ استعمال کیے جاتے ہیں۔ ان

میں سے ایک رنگ تو کاپلی میٹری جوڑے کے ہوتے ہیں اور تیسرا رنگ اس جوڑے کے کسی ایک ممبر کے داہنی اور بائیں جانب واقع کوئی رنگ جیسے لال، ہرہ یا نیلا ہوتا ہے۔

(8) اسپلیٹ کاپلی میٹری (Split Complimentary): کمرائیکم میں یہ رنگ اس طرح حاصل کیا جاتا ہے کہ دیے ہوئے رنگ کو ایسے دو رنگوں کے ساتھ ملایا جاتا ہے کہ جیسے کاپلی میٹری کے دو طرف واقع ہوتے ہیں مثلاً زرد کو لال، نیلے یا نیلے نیلے میں ملا کر۔

(9) ڈبل کاپلی میٹری (Double Complimentary): یہ ایک ہی ذخیرائن میں کاپلی میٹری رنگوں کے دو سیٹوں کے استعمال پر مبنی ہوتا ہے۔ جیسے لال، ہرہ اور زرد اور نیلے یا نیلے اور لال۔

(10) ٹرائیڈ (Triad): کمرائیکم میں یہ تین ایسے کسی بھی طرح کے رنگوں کو ملا کر حاصل کیا جاتا ہے جو کمر و میل (Colour Wheel) پر ایسے تینوں پر واقع ہوں جن سے تصوراتی طور پر کسی بھی سمت میں مساوی مثلث (Equilateral Triangle) بن جاتا ہو جیسے ہرہ، زرد، لال اور لودا نیلا (Purple-blue)۔

(6) تاریخی پس منظر پر سیاہ رنگ یا اس کے برعکس

(7) ہرے پس منظر پر سرخ رنگ یا اس کے برعکس

(8) اوڑے پس منظر پر زرد رنگ یا اس کے برعکس

(9) نیلے پس منظر پر تاریخی رنگ یا اس کے برعکس

تحقیق کے مطابق زرد رنگ کی رویت سب سے زیادہ ہوتی ہے کیونکہ یہ آنکھ میں رہنے کی سطح پر عمومی طور پر سر بخور ہوتا ہے۔ جبکہ دیگر رنگوں کو سر بخور کرنے کے لیے آنکھ کو ہم آہنگیاں (Adjustment) کرنی پڑتی ہیں۔ اسی طرح حلیف کے لال سرے کی طرف واقع رنگوں کی رویت محدود اور نیلے سرے کی جانب واقع رنگوں کی رویت کم ہوتی ہے۔ عمومی طور پر خالص رنگ اپنے شیدوں (Shades) کے مقابلہ زیادہ نظر آنے والے ہوتے ہیں اور چمکدار رنگوں سے طویل فاصلہ پائی رویت پیدا کرنے میں مدد ملتی ہے۔ جب رنگوں کو ان کے کامیلی سنٹری (Complimentary) کے پہلو پہ پہلو رکھا جاتا ہے تو رویت بڑھ جاتی ہے۔

شدت اور تخفیف کا اظہار کرنے والے رنگ

(Advancing and Receding Colours)

شدت کا اظہار کرنے والے رنگوں جیسے زرد، تاریخی اور سرخ سے نفسیاتی طور پر ایسے جذبات کا اظہار ہوتا ہے جن سے گرم جوش اور جوش و خروش جھلک کھائی دیتا ہے۔ اس کے برعکس ہرے، نیلے اور بیگنی رنگوں سے سرد مہمی اور سکون و خاموشی کے احساسات پیدا ہوتے ہیں۔ اس طرح ان دونوں سمتوں میں سے کسی ایک سمت میں رجحان کی بنا پر عی رنگوں کو "سرد" یا "گرم" سے تشبیہ دی جاتی ہے۔

رنگ کے جذباتی اثرات (Emotional Effects of Colour)

نفسیاتی طور پر ہر ایک مختلف قسم کا رنگ ہم پر ایک خاص جذباتی اثر مرتب کرتا ہے۔ رنگ ہمارے ذہن و جسم پر خوش گوار، ناگوار، اطمینان بخش، گرم و سرد، پر شوق و افسردہ غرض کسی بھی قسم کا اثر مرتب کر سکتا ہے۔ زرد، تاریخی یا سرخ جیسے گرم رنگ ناظرین (Spectators) کی جانب پیش قدمی

ہم آہنگ یا مونو کرومٹک رنگوں کے اتحاد (Harmonious or

Mono-Chromatic Colour Combination) کا حصول نسبتاً آسان رہتا ہے مگر اسے کوئی پر جوش یا تحریک آمیز (Stimulating) رنگ قرار نہیں دیا جاسکتا جبکہ کسی زبان میں کامیلی سنٹری رنگوں کے استعمال سے براہینت یا پر جوش رنگ پیدا کیا جاسکتا ہے۔ اور ان کی جانب توجہ مبذول کرائی جاسکتی ہے۔ بشرطیکہ دونوں کامیلی سنٹری رنگوں میں کسی قسم کا اختلاف یا ہماری دباؤ (Optical Tension) موجود نہ ہو۔

رنگوں کے اختلاف یا بیان آمیز جوش (Irritating Excitement) سے بچنے کے بہت سے طریقے ہیں۔ کامیلی سنٹری رنگوں کو ایک دوسرے سے پچانے کا ایک طریقہ یہ ہو سکتا ہے کہ رنگ دار سطحوں کے غیر متعین فاصلے (Neutral Spaces) اتنے زیادہ وسیع ہوں کہ رنگ مناسب طور پر ایک دوسرے سے علیحدہ نظر آئیں۔

رویت کی قدریں (The Visibility Values)

دو رنگی اتحاد کی اضافی رویت (Relative Visibility of Two Colour Combination) کے سلسلہ میں ذیل میں رہنمائی کی گئی ہے۔ لیکن اس طرح کے رویتی پیمانوں یا صاف طور پر سمجھ میں آجانے سے متعلقہ پیمانوں کو سائنسی پیمانے قرار نہیں دیے جاسکتے کیونکہ ان پیمانوں سے متعلقہ رنگوں کا رد (Chroma) یا کسی خاص قدر کا لازمی طور پر اظہار نہیں ہوتا یا اس بات کا بھی یہ نہیں چلنا کہ ہر ایک کے تحت کتنا رقبہ آئے گا یا یہ کہ روشنی کی نوعیت (Nature of Light) یا فضا کی رنگ کے تحت دکھائی جائے گی۔ واضح طور پر سمجھ میں آجانے کی سب سے اہم بات "تقدردوں میں فرق نظر آنا" (Contrast in Values) ہے:

(1) زرد پس منظر پر کالا رنگ یا اس کے برعکس

(2) سفید پس منظر پر سیاہ رنگ یا اس کے برعکس

(3) سفید پس منظر پر نیلا رنگ یا اس کے برعکس

(4) ہرے پس منظر پر سفید رنگ یا اس کے برعکس

(5) سفید پس منظر پر سرخ رنگ یا اس کے برعکس

نیلہ (Blue)

سرد مہری، شاہانہ انداز، سچائی، خوشی، تسکین، رات، آسمان، فاصلہ، استقامت، مردوں میں مقبول، ناامیدی، انفرادی ذہنی طال، اداسی، اداس، موسیقی جو رنج و ملال کے موتقوں پر بجایا جائے یعنی بیومرذر۔
(Blue Murder)

ہیرا (Green)

سرد مہری، تفریح، تقدیل، خفاقی، سرگوشی، بہار، گرمی کی ہیریل، زرخیزی، بہار کی آمد، بہتات، حسد، کمزوری۔

نارنجی (Orange)

تحریک، گرم جوشی، شعلہ، لیپ، آگ، غزب، علم۔

گلابی (Pink)

صحت، خوشی، نزاکت اور نفاست کا اظہار، زنانہ رنگ۔

لطفی یا لورا (Violet or Purple)

انفرادی کا اظہار کرنے والا، سرد مہری، شاہانہ انداز، اقتدار، احترام، وقار، سچائی، جذبات اور محبت کا حامل، محبت آمیز اور پارسا لوگوں کی انجمن، معرفت الہی، موت۔

سیاہ (Black)

انفرادی، غم، تاریکی، ماتی، برائی، حسن و جمال اور خلف کا اظہار ہو تا ہے۔

سفید (White)

امن و وقار پائیزی، صفائی، تقدیل، سرگوشی۔

خاکستری (Grey Colours)

طیوگی، خجائی، آرام، خاموشی، غم، صوفیانہ۔

کرتے ہوئے دکھائی دیتے ہیں اور ایسے ان سے دوستانہ، زندہ دلانہ، محرکاتہ اور پر جوش قسم کے جذبات کا اظہار ہو تا ہے۔ یہ حقیقت ہے کہ رنگ و صوب، گرمی، غزب، شہرت، آگ، فیرہ سے وابستہ ہوتے ہیں۔ جبکہ اس کے برعکس نیلے اور ہرے جیسے خنڈے رنگوں سے ایسا محسوس ہو تا ہے جیسے وہ پس منظر میں بندرتاج دور ہوتے چلے جا رہے ہوں اور ایسی سبب ان سے سکون، طمانیت اور تسلی کا اظہار ہو تا ہے۔ یہ رنگ آسمان، برف، سرد جہازے، پچھائیں، بہار، دو کار اور خلف سے وابستہ ہوتے ہیں۔

بظاہر ہر ایک رنگ ذہن و جسم پر مخصوص جذباتی یا محرکاتی اثر مرتب کرتا ہے نیز ایک ایسی زبردست اور علامتی طاقت ہے جو روایتی طور پر دل و دماغ کو ایک خاص کیفیت میں جتا کرتا آیا ہے۔ رنگوں کے اشارات و رموز (Symbolism) کے تفکات کو حالانکہ ذیل میں بتایا گیا ہے تاہم ان کی شراکت (Associations) یا ان کے علامتی مطالب (Symbolic Meanings) مختلف ملکوں کی روایات یا موسمی تقییرات کے مطابق اکثر بدل بھی جاتے ہیں۔ حیرت یہ کہ اس بات کا حقیق خاص طور پر اس چیز سے بھی ہوتا ہے کہ رنگ کہاں استعمال کیا گیا ہے اور اگر دیکھ کے ماحول اور دیگر رنگوں کی مناسبت سے اسے کس انداز میں استعمال کیا گیا ہے۔

لال سرخ (Red)

جوش و خروش، خوشی کی تقریب، انقلاب، حب الوطنی، جنگ، خطرہ، نفرت، فساد، محبت، جذبات، طاقت، طوائف الملوی، شدت، جارحیت، حرارت، آگ، مختصر یہ کہ تمام شدید قسم کے جذبات کا اظہار اس رنگ سے ہو تا ہے۔

زرد (Yellow)

شادمان (Cheerful) یا طامرح (Elating) رنگ رلیاں (Gaiety) بھیمائی و صوب، گرمائی کے بغیر تپاک، روشنی، نور، رجائیت کا پر ماحول، دانشمندی۔

جب کوئی کمزور کروما والا رنگ یا دھندلا رنگ کسی زیادہ طاقتور

فاصلوں کا ظاہری تناسب (Perspective)

فاصلوں کے ظاہری تناسب کے ابتدائی اصول

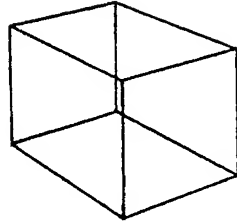
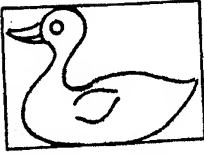
(Elementary Rule of Perspective)

ڈرائنگ کو قابل یقین بنانے کے لیے فاصلوں کے ظاہری تناسب کے ابتدائی اصولوں (Elementary Rules of Perspective) پر عمل کیا جانا چاہیے۔ زیادہ حقیقی اسٹائل اختیار کرنے کے خواہش مند آرٹسٹوں کو ذیل میں درج مختصر طریقوں کے بجائے۔ فاصلوں کے ظاہری تناسب کے بارے میں کہیں زیادہ علم حاصل کرنا ضروری ہو جاتا ہے۔ گیوں، سڑکوں، عمارتوں، لینڈ اسکیپس (Land Scapes) پر مبنی اور گھر کے اندر کے پس منظر کی ڈرائنگ تیار کرتے وقت، تناظر سے متعلق ابتدائی اصولوں کی سمجھ بوجھ بہت کام آتی ہے۔

چند معاملات میں آگوشیا کی صحیح تصاویر بنائی جائیں تو ان کے نسبتی سائزوں (Relative Sizes) سے مختلف حرکات اور دلچسپ اور حراجہ تصورات کی عکاسی کی جاسکتی ہے۔ کچھ دوسرے معاملات میں جب سائزوں اور تناسبوں (Proportions) کی مبالغہ آرائی (Exaggeration) مطلوب ہوتی ہے تو بھی فاصلوں کے ظاہری تناسب کا علم بڑا کارآمد ثابت ہوتا ہے کیونکہ اسی کی بدولت ”صحیح“ اور ممکنہ مبالغہ پیدا کیا جاسکتا ہے۔

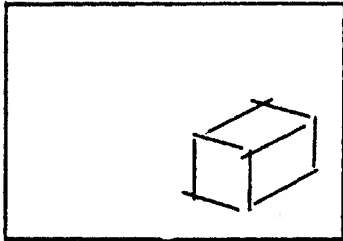
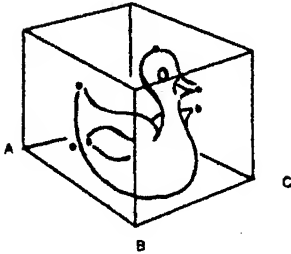
یہاں تاخیری ڈرائنگ کے چند ابتدائی مسائل پیش کیے جا رہے ہیں:

آرٹ جس شے کی بھی تصویر کشی کرتا ہے اس کا تعلق افق (Horizon) اور دیشنگ پوائنٹ (Vanishing Point) یا نقطہ انعدام فصل۔ یعنی وہ نقطہ جس پر متوازی خطوط ملتے ہوئے نظر آتے ہیں۔ ہوتا ہے۔ افقی خط (چاہے کھینچا جائے یا صرف اس کا تصور کیا جائے) بہر حال ہر ایک تصویر کے درمیان سے افقی طور پر ہوتا ہوا گزرتا ہے۔ چاہے تصویر کو کسی بھی مقام سے دیکھیں (سامنے سے، پہلو سے، اوپر سے یا نیچے سے) یہ افق ہر حالت میں آنکھ کی سطح پر ہی موجود رہتا ہے۔ جس مقام سے کوئی آرٹ کسی تصویر کو دیکھتا ہے وہ مقام ”اسٹیشن پوائنٹ“ (Station Point) کہلاتا ہے۔ ڈرائنگ تیار کرنے کے لیے آرٹ کی فراہم کردہ جگہ پر جو تصوراتی کھڑکی (Imaginary Window) کھلتی ہے اسے ”سطح تصویر“ (Picture Plane) کہتے ہیں۔ تصویر میں موجود کسی بھی شے کے متوازی خطوط کو اگر بڑھاتے چلے جائیں تو یہ (خطوط) افق پر موجود دیشنگ پوائنٹ پر مل جاتے ہیں (دیکھو یہ بات ان خطوط پر صادق نہیں آتی جو سطح تصویر (Picture Plane) کے متوازی ہوتے ہیں)۔

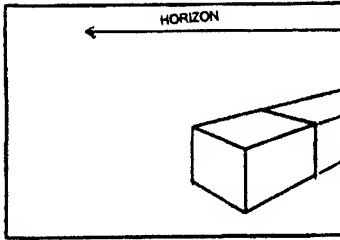


تظاری ڈرائنگ (Perspective Drawing)

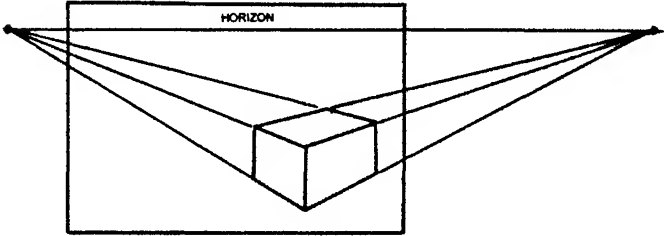
تظاری ڈرائنگ (Perspective Drawing) میں پہلے قدم کے طور پر کسی شے یا تصویر کو بلاک میں رکھنا ہوتا ہے۔ بلاک کے تمام چھ پہلوؤں کو اس موضوع سے چھوئے رہنا چاہیے جسے تظاری میں بنایا جا رہا ہے۔ بلاک میں فنٹ چھٹی ہوئی بلخ کی ڈرائنگ میں تمام نقطہ ہائے تماس (Points of Contact) دکھائے گئے ہیں۔ ملاحظہ کیجیے کہ اٹھیں A, B, C اور D سے دکھایا گیا ہے۔ اصل میں نقطہ D بلخ کے جسم کی موجودگی کے سبب ہماری نگاہوں سے چھپا ہوا ہے۔



اگر تظاری میں بلاک کی ڈرائنگ بالکل صحیح بنادی جائے تو بلاک میں موجود شے کی ڈرائنگ بھی صحیح بنائی جاسکتی ہے۔ تظاری میں بلاک کی ڈرائنگ بنانے کے لیے ہاتھوں کی آزادانہ حرکت سے تقریباً اسی مقام پر ڈرائنگ بنانے کی کوشش کیجیے جہاں آپ کو تصویر میں اس کے ظاہر ہونے کی توقع ہے۔ بلاک زمین پر پھنسا (لبائی کے رخ) پڑا ہوا ہے۔



بلاک کے متوازی سروں
کو بڑھاتے چلے جائیں حتیٰ کہ وہ
دبختیگ پوائنٹ (Vanishing
Point) پر مل جائیں۔ اگر یہ
مقام (نقطہ) آپ کی تصویر سے باہر
موجود ہو تو ان بیضی ہوئی لہائیوں کو
دکھانے کے لیے جگہ کا اور اضافہ
کر لیں۔ دبختیگ پوائنٹ کو افقی پر
موجود ہوتا ہے۔ اس نقطہ اور تصویر
سے ہوتا ہوا افقی خط (Horizon
Line) کہلاتا ہے۔



مقن کرنے کے لیے مختلف قسم کے بلاکوں کو مختلف
پوزیشنوں میں زمین پر رکھیے۔ ہر ایک بلاک کے اپنے اپنے دبختیگ پوائنٹ
کے جوڑے اسی ایک افقی پر موجود ہوں گے۔ بلاکوں کے عمودی خطوط
(Perpendicular Lines) ایک دوسرے کو قطع نہیں کرتے۔

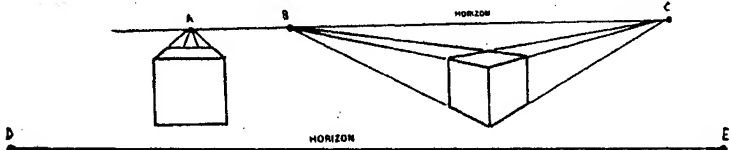
اب بلاک کے سروں کو دوسری جانب بھی بڑھا دیجیے۔ ان خطوط
کو بھی دوسرے دبختیگ پوائنٹ پر مل جانا چاہیے۔ دبختیگ پوائنٹ کو کافی
دور رکھیں، اس سے نہایت عمدہ شکل وجود میں آتی ہے۔ اپنے فری ہینڈ اسکیچ
(Free Hand Sketch) کو صحیح اور درست کر کے اتنا عمدہ بنالیں کہ وہ
تجارتی ڈرائنگ میں ٹیک ٹیک بیٹھ جائے۔

ایک۔ دو اور تین نقطوں والا تناظر

(One, Two and Three-Point Perspective)

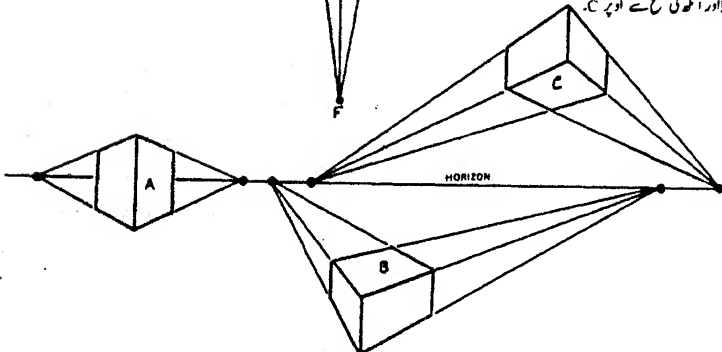
(2) دو نقطوں والا تناظر (Two Point Perspective): اس میں بلاک کی ڈرائنگ افقی کی مناسبت سے، ترجمے زاویہ پر بنائی جاتی ہے۔ اس حالت میں بلاک کے دو عمودی پہلو نظر کے سامنے موجود رہتے ہیں۔ اس لیے اس کے دیکھنے پر پوائنٹ بھی دو، B اور C ہوتے ہیں۔

(1) ایک نقطہ والا تناظر (One Point Perspective): ایک نقطہ والے تناظر میں بلاک کا خط قاعدہ (Base line) افق کے متوازی ہوتا ہے۔ بلاک، خط نظر (Line of vision) کے عمودی (یعنی زاویہ قائمہ بناتا ہوا) رکھا ہوا ہوتا ہے اور اس کا صرف ایک ہی دیکھنے پر پوائنٹ A ہوتا ہے۔

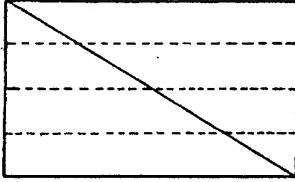


(3) تین نقطوں والا تناظر (Three Point Perspective)

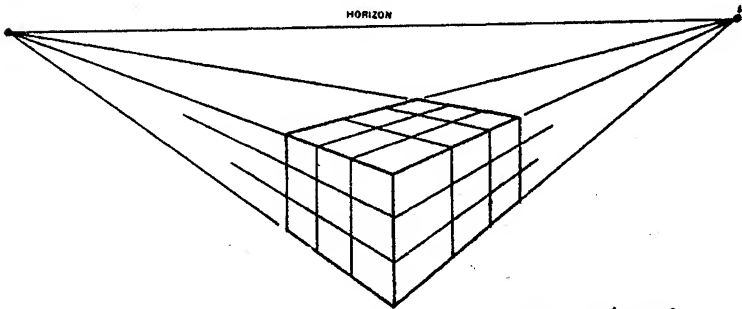
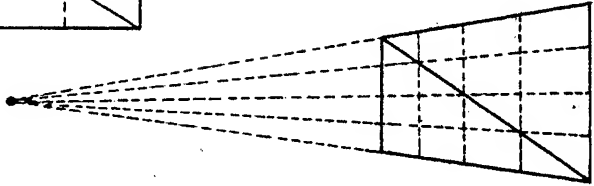
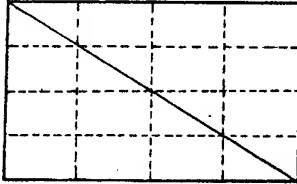
(Perspective): تین نقطوں والے تناظر کو اس وقت استعمال میں لایا جاتا ہے جب شاہد (Observer) بلاک پر اوپر یا نیچے کی طرف کو نگاہ ڈالتا ہے۔ دو نقطوں والے تناظر میں بلاک کو تین مختلف حالتوں میں دیکھا جاسکتا ہے: آنکھ کی سطح پر 'A' آنکھ کی سطح سے نیچے B اور آنکھ کی سطح سے اوپر C۔



تاخر میں یکساں فاصلے (Equal Spacing in Perspective)



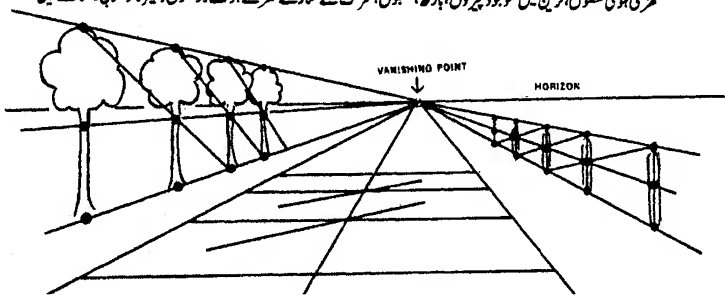
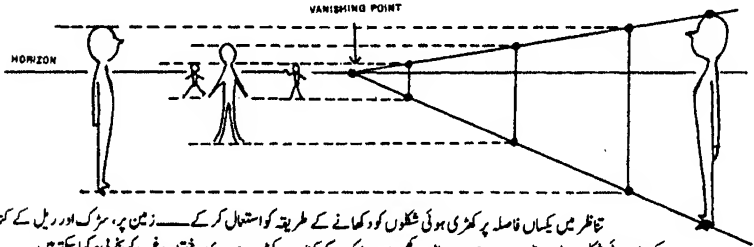
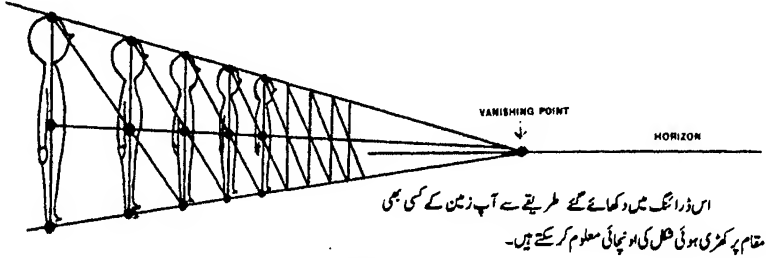
ایک مستطیل کو چار برابر متوازی حصوں میں تقسیم کیجیے۔ ایک وتر (Diagonal) کھینچیے جو ان قطعوں کی نشاندہی کر دے جن سے ہو کر عمودی خطوط گزریں گے اور مستطیل کو عمودی طور پر تقسیم کر دیں گے۔ اس طریقہ کار کو بروئے کار لا کر آپ مندرجہ تاخر میں دکھائے گئے بلاک کے ضلع (Side) کو تقسیم کر سکتے ہیں۔



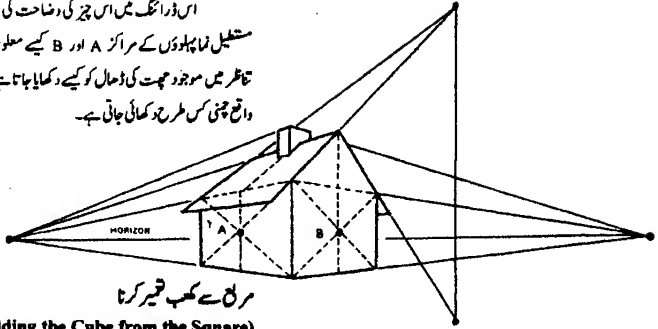
اس ڈرائنگ میں دو قطعوں والے تاخر میں بنائے گئے
بلاک کے تمام دکھائی دینے والے ضلعوں کو تقسیم کر دیا گیا ہے۔

نقطہ سے ہوتا ہوا دتر زمین پر جس حصہ سے ملتا ہوا دکھائی دے وہ مقام تیسری اصل کو استناد کرنے کے مقام کی نشاندہی کر دے گا۔ اسی ترکیب سے کام لیتے ہوئے آپ پوری صف میں جتنی بھی چاہیں اسی شکلوں کو کھڑی ہوئی حالت میں دکھائی دے سکتے ہیں۔

تاثر میں یکساں فاصلہ پر موجود اشکال دکھانے کے لیے پہلی دونوں شکلوں کو زمین پر رکھا ہوا دکھائیے۔ پھر ان کے سروں کے چھ کے حصوں اور چروں سے گزرنے والے خطوط کھینچے یہاں تک کہ یہ تینوں خطوط دیکھنیک پوائنٹ پر ملنے کرل جائیں۔ اس دیکھنیک پوائنٹ سے گزرنے والا افق (Horizon) پہلی اصل کے سرے اور دوسری اصل کے چھ کے



اس ڈرائنگ میں اس چیز کی وضاحت کی گئی ہے کہ کسی مکان کے
مستطیل نما پہلوؤں کے مراکز A اور B کیسے معلوم کیے جاتے ہیں اور یہ کہ
تقاطع میں موجود جھت کی ڈھال کو کیسے دکھایا جاتا ہے نیز جھت کے پتوں پچ
واقع چنی کس طریقہ دکھائی جاتی ہے۔



مرلے سے مکعب تعمیر کرنا

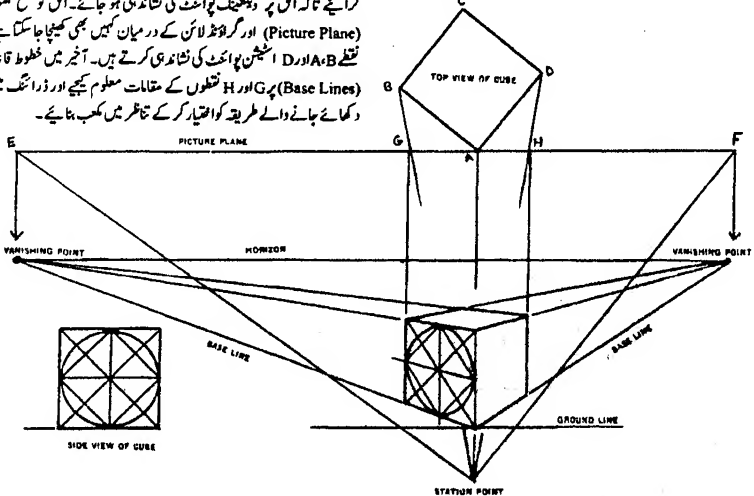
(Building the Cube from the Square)

کسی بھی مطلوبہ زاویہ پر ایک مربع ABCD اور سطح تصویر
E F (Picture Plane) کیسے۔ A سے اس مقام پر ایک عمود ڈالے جس جگہ
سے آپ مشاہدہ کر رہے ہیں یعنی اسٹیشن پوائنٹ A سے عمود ڈالے۔ اسٹیشن
پوائنٹ سے اگر مریل قطع AB اور AD قطعوں کے متوازی دو خطوط کھینچے
جائیں تو E اور F نقطے حاصل ہو جائیں گے۔ اب ایسے گروٹھ پوائنٹ کے اوپر
ایک گروٹھ لائن (Ground Line) کیسے۔ E اور F سے دو عمودی خطوط
گرائے تاکہ افق پر ویلیوٹک پوائنٹ کی نشاندہی ہو جائے۔ افق کو سطح تصویر
(Picture Plane) اور گروٹھ لائن کے درمیان کہیں بھی کھینچا جاسکتا ہے۔
نقطے A، B اور D اسٹیشن پوائنٹ کی نشاندہی کرتے ہیں۔ آخر میں خطوط کا عدد
(Base Lines) پر G اور H قطعوں کے مقامات معلوم کیجئے اور ڈرائنگ میں
دکھائے جانے والے طریقہ کو اختیار کر کے تقاطع میں مکعب بنائیے۔

دائرہ سے بیضی شکل کی ڈرائنگ بنانا

(Drawing the Ellipse from the Circle)

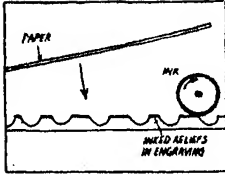
مرلے میں دائرہ نصف بننا ہے۔ مریل کے قطعوں کو تقسیم کر کے
(اس ڈرائنگ میں مکعب کے قطعوں کو تقسیم کر کے دکھائے گئے طریقہ سے
آپ بیضی شکل کی جگہ ڈرائنگ بنا سکتے ہیں) تقاطع میں دائرہ دکھایا گیا ہے۔



طباعت کے طریقے اور اصول

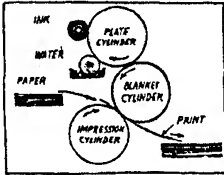
(Printing Process and Principles)

(1) لیٹر پریس — ریلیف (Letterpress — Relief)



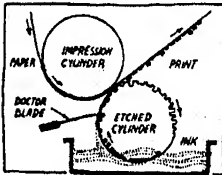
طباعت کرنے والی سطح (Printing Surface) ابجدوں اور سطح مرتفع کی مانند یکساں سطح پر ہوتی ہے۔ طباعت نہ کرنے والی سطح کا کام تو اتنا ہے کہ وہ طباعت کرنے والی سطح کو ایک ساتھ جکڑے رہے اور اس کی سطح طباعت کرنے والی سطح سے نیچے ہوتی ہے۔ روشنائی لگانے والے رولر، ریلیف سطحیں (Relief Surface) پر روشنائی کی یکساں پرت پڑھا دیتے ہیں۔ اس کے بعد جب کاغذ پر یکساں دھاڑا پڑتا ہے تو وہ روشنائی جذب کر لیتا ہے اور اس طرح اس پر چھپائی کے نقوش رہ جاتے ہیں۔

(2) آفیسٹ — پلانوگرافک (Offset — Planographic)

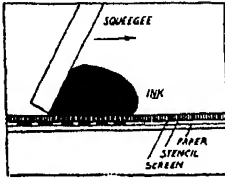


یہ اس اصول پر مبنی ہے کہ تیل اور پانی ایک دوسرے میں نہیں ملتے۔ پرچہ ایک تیل بردار شے ہوتی ہے اور یہ طباعت انجام دینے والے حصہ کی سطح پر ہی واقع ہوتی ہے۔ پانی کے رولر سے تماس میں آنے پر صرف تصویر بردار علاقہ ہی تیل بردار رنگ کی مہین سی پرت جذب کر پاتا ہے۔ یہ روشنائی ایک ربر کے کسل (Rubber Blanket) پر منتقل کر دی جاتی ہے۔ یہی آفیسٹ کر دی جاتی ہے جس پر اپنی شے تشکیل پاتا جاتی ہے۔ کاغذ اس پر سے طباعت کے نقوش حاصل کر لیتا ہے۔

(3) گریو کار (Gravure — Intaglio (Recess))



طباعت کرنے والی سطح، کندہ کاری کا جو ف حصہ (Recess Part) ہوتا ہے، ریلیف نہیں۔ نیکی میں بھری ہوئی پتلی روشنائی ان جو فوں کو بھر دیتی ہے۔ ریلیف سطح پر موجود اضافی روشنائی کو سپرے سروں والے ڈاکٹر بلیڈ (Doctor Blade) سے پونچھ دیا جاتا ہے۔ جب کاغذ اسطوائی سطح کے تماس میں آتا ہے تو جو فوں میں سے روشنائی جذب کر لیتا ہے اور اس پر چھپائی کے نقوش شعی ہو جاتے ہیں۔



(4) سِلک اسکرین — اسٹینسل (Silk Screen — Stencil)

سِلک کے کپڑے کو ایک فریم پر پھیلا کر اور غیر مہینے رقبہ کو دھندلا بنا کر مہینے رقبہ کا اسٹینسل تیار کیا جاتا ہے۔ جب اس اسٹینسل پر روشنی ڈال کر اسے دایا (دور دے کر پھیلا) جاتا ہے تو یہ صرف غیر دھندلے علاقے ہی گزرتی ہے اور اسٹینسل کی دوسری طرف رکھے ہوئے کاغذ پر اسٹینسل کے نقش چھپ جاتے ہیں۔

لیٹر پریس پر فنک جاب کا فلو چارٹ

(Flow Chart of a Letterpress Printing Job)

(1) موجودہ کاپی (Existing Copy)

پرنٹ خریدنے والے یا اشتہار دینے والے شخص کے پاس مسودہ اور اس سے متعلقہ کچھ تصاویر و نقشے وغیرہ ہوتے ہیں۔

آئیے مان لیتے ہیں کہ اسے کوئی کتابچہ (Booklet) چھپوانا ہے۔

بہت کم معینین اس بات سے واقف ہوتے ہیں کہ طبعات شدہ کاپیوں کی کل میں ان کا مسودہ کس سازی کی کتاب میں چھپ جائے گا۔ ٹائپنگ اسٹائل سے اس سلسلہ میں کوئی خاص مدد نہیں مل پاتی۔

بہتر یہ رہتا ہے کہ بنیادی منصوبہ تیار کرنے کے بعد تصویروں / تشبیلات کو ترتیب دے دی جائے۔ تاہم تمام ہی تصویروں کو ترتیب وار نہیں رکھا جاسکتا۔ اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ گزشتہ واقعات کے لیے صرف موجودہ تصویریں / تشبیلات ہی دستیاب ہوتی ہیں۔

(2) بنیادی منصوبہ سازی / نقشہ سازی — ڈی کتاب تیار کرنا

(Basic Layout — Dummy)

کتاب کے سائز (Format)، پرنٹنگ پروسس (Printing Process)، بنیادی کام کی تعلیم و تربیت، جلد سازی وغیرہ کا فیصلہ، گرائف ڈیزائنر کے زیرِ نگرانگی اور نقلی کتاب (Dummy) تیار کرنے کی بنا پر کیا جاتا ہے۔ ڈی سے پریس مالکان کو لاتعلیق دریافت کرنے اور اس بات کا اندازہ لگانے میں مدد مل جاتی ہے کہ چھاپائی کس کتابت تک جائے گا۔

ڈیزائنر بہت سی باتوں کو ذہن میں رکھتا ہے جیسے شکل و صورت، احساس (Feel)، موقع (Occasion)، دستور (Tradition)، کاپیوں کی

تعداد، تصاویر کا سائز، جدول کی شکل میں پیش کردہ مواد، طبعات اور ڈیزائن کاری کے لیے درکار وقت، اخراجات وغیرہ۔

اگر بنیادی باتوں یعنی سائز، کاغذ، بنیادی نقشہ سازی، مطبعی طریقہ وغیرہ میں بعد میں ذرا سی بھی تبدیلی واقع ہو جائے تو نہ صرف یہ کہ کتاب کی فراہمی میں دیر ہو جائے گی بلکہ اس پر آنے والی لاگت میں بھی اضافہ ہو جائے گا۔

(3) قیمت / لاگت (Quotations)

ڈی کی فراہم کردہ تفصیلات کی بنا پر، پرنٹ کا خریدار قیمت / لاگت کا تخمینہ طلب کرتا ہے۔ اسی دوران ڈیزائنر مختلف ایکٹو، اسٹوڈیو یا آرٹسٹوں اور فنون گرافروں کو مطلوبہ تشبیلات، لائن ڈرائنگوں، وینٹولن (Paintings)، فنو گرافس وغیرہ کا آرڈر دیتا ہے۔

تفصیلات اس قسم کے الفاظ سے تحریر کی جائے گی کہ پرنٹنگ میں یہ باتیں بخوبی آجائیں کہ کام مکمل کرنے کے لیے کون کون سی ترقیب بروئے کار لائی جائیں گی۔ اگر ایسا نہ ہو تو پرنٹنگ فراہم کردہ قیمتوں میں حفاظتی پہلو (Safety Margin) بھی مد نظر رکھے گا۔

مختب کاغذ پر تصاویر کی پالش، چمک دک، طبعی طریقے کے متوقع نتائج کے متاسب ہونی چاہیے۔

(4) کاپی اور آرٹ کی تیاری (Copy and Art Preparation)

پرنٹ خریدار مسودہ کو ڈیزائن کے ٹائپ سینگ اسٹائل میں ٹائپ کراتا ہے۔ پرنٹ خریدار اور ڈیزائنر دونوں مل کر تصاویر (Rough Pictures) کو منظر کی دے کر ڈی کی ضروریات پوری کرتے ہیں اور مزین آرٹ ورک (Finished Art Work) تیار کراتے ہیں۔

(7) پیج پروف، منظوری (Page Proofs, Approval)

پرنٹر سے حاصل شدہ پیج پروف چیک کیے جاتے ہیں۔ کاپی (متن) کی تصحیح کر رہے ہیں اور لے آؤٹ کی تصحیح دیتا ہوں۔

لے آؤٹ کی غلطیوں یا کاپی میں غلطی (Spelling) اور قواعد (Grammar) کی غلطیوں کے لیے پرنٹر کو مورد الزام قرار نہیں دیا جاسکتا۔ اس لیے ایک جی بی سے جانچ پڑتال کر لی جاتی ہے۔

(8) ترتیب، طاعت، جلد بندی (Imposition, Printing and Binding)

Binding)

پرنٹر کو مقررہ اسکیم (Imposing Scheme)، طاعت اور اختتامی مراحل (جلد بندی) اگلا صیانت رکھنا چاہیے۔

موند کے طور پر ایک کاپی کی جلد بندی کر لی جاتی ہے اور پھر یہ جانچ پڑتال کی جاتی ہے کہ کہیں لے آؤٹ میں یا صفحہ میں کوئی غلطی تو نہیں رہ گئی ہے۔

جلد کاپیوں میں سے انکل سم (At Random) کوئی کاپی نکال کر کے دوبارہ جانچ پڑتال کی جاتی ہے کہ کہیں کوئی غلطی نہ رہ گئی ہو۔ اور اگر اس اسٹیج پر کسی غلطی کا پتہ چلتا ہے تو کم از کم کاپیوں کی تقسیم پر آنے والی لاکھوں سے جانچ جاتی ہے۔

پرفیکٹ پریس۔ ایک سادہ ٹول (لیٹر پریس)

ہر ایک پریس میں شیپ آرٹ (Art Department) نہیں ہوتا البتہ کام کی نوعیت اور حجم کے لحاظ پر پرنٹ خریدار (Print Buyer) کو کسی گراؤنڈ ڈیزائنر یا اسٹوڈیو کی خدمات حاصل کرنے کا مشورہ دیا جاتا ہے۔

ڈیزائن پر ہی پرنٹ خریدار کو یہ پتہ چل جاتا ہے کہ عمل کام کیا نظر آئے گا۔

(i) گیلے پروف (Galley proofs) اور (ii) پیج پروف (پیج سیک اپ) کے دوران پروف کو چیک کرنے اور اغلاط کی تصحیح کرنے کا اس موقع مل جاتا ہے۔ اسے پیج پروف پر دستخط کرنے ہوتے ہیں کہ یہ صفحہ اب طاعت کے لیے بھیجا جاسکتا ہے۔ دستخطوں کے بغیر کوئی بھی پرنٹر طاعت کا کام شروع نہیں کر تا۔ سیک ریڈی (Makeready) کے دوران پریس میں موجود پروف ریڈر (Proofreaders)، پروف کی آخری تصحیح کرتا ہے۔

نئے پیراگراف، اوراق و رموز کو مد نظر رکھتے ہوئے لائنوں کی سیٹنگ کی پیمائش کے حساب سے ٹائپنگ کی جاتی ہے۔

کپشنز (Captions) کو الگ سے ٹائپ کر لیا جاتا ہے تاکہ کپوز کرنے والے کا وقت بچ جائے۔

پیمانہ بندی سے تصاویر کی مجوزہ سائز دریافت کرنے میں مدد ملتی ہے اور اس طرح چھوٹے سونے کام کے لیے فوراً ہی بالکل صحیح صفاتی منصوبہ بندی کی جاسکتی ہے۔

(5) مارک اپ (Mark Up) اور پروسس (Process) سے متعلق ہدایات

لے آؤٹ کی ضروریات کے مطابق ڈیزائنر، مسودہ پر ٹائپ سیٹنگ ہدایات (مارک اپ) تحریر کرتا ہے، جھیلیات (Illustrations) کی پیمانہ بندی کر کے کنڈر کار (Engraver) کو ضروری ہدایات فراہم کر دی جاتی ہیں عام طور پر گاہکوں کے لیے تیار کی جانے والی کنڈر کاریاں (Engravings) پرنٹروں کے حوالہ کر دی جاتی ہیں۔

ڈی پری دی جانے والی ہدایات (مارک اپ) کو دو مرتبہ چیک کرنا چاہیے کیونکہ ٹائپ سٹر آئیں موند کر ہدایات پر عمل کرتا چلا جاتا ہے۔ ایسی حالت میں غلط ہدایات جاری کرنے کا مطلب ہے طاعت کی اولین سطحوں (Galley) پر غلطی سرزد ہونے کا صدمہ برداشت کرنا اور دوسرے ری سیٹنگ (Rosetting) کر دینے پر کام میں تاخیر اور لاگت میں اضافہ۔

انہیں وجوہات کو مد نظر رکھتے ہوئے کنڈر کار کو دی جانے والی ہدایات کم از کم دو مرتبہ چیک کر لینا چاہیے۔

(6) پیسٹ اپس (Page Paste Ups)

کنڈر کاریوں (Engravings) سے حاصل شدہ ٹکڑ (Pulls) اور گیلے پروف (Galley Proofs) کو ڈیزائنر بھی چیک کرتا ہے اور گاہک بھی۔ پرنٹر کی رہنمائی کرنے کے لیے ڈیزائنر متعلق پیسٹ اپس تیار کرتا ہے۔ کسی قسم کی بھی کمی نہیں چھوڑی جاتی۔

کنڈر کاریوں سے حاصل شدہ پروف اس کاغذ پر بنے ہوئے چاہیے جس پر اسے پرنٹ کرنا ہوتا ہے۔ اس سے نسبتاً زیادہ مناسب فیصلہ کرنے میں مدد ملتی ہے۔

ٹائپ اور حروف سازی

(Types & Lettering)

ٹائپ (Types)

Designers ماہر آرٹسٹ (Draftsmen) ہوتے ہیں۔ یہ لوگ ٹائپ حروف ڈھالنے کی میکینیت سے تواقف ہوتے ہی ہیں اسی کے ساتھ ساتھ عمدہ طور پر ڈیزائن شدہ ٹائپ فیسر کے ذریعہ مرتب ہونے والے جمالیاتی اور جذباتی اثرات کو بھی بخوبی سمجھتے ہیں۔

ٹائپ اجتماع میں کام آنے والے دیگر سامان

(Other Materials Used in Type Assembly)

(i) رولز (Rules) رول ٹائپ ہائی (Type High) ہوتے ہیں اور مختلف موٹائیوں میں دستیاب ہو جاتے ہیں۔ ان کا استعمال سیدھی لائنیں (خطوط مستقیم) چھپانے کے لیے کیا جاتا ہے۔ باریک لائنوں کے لیے پتیل کی رولز (Brass Rules) استعمال کیے جاتے ہیں کیونکہ ان میں فرسودگی کم واقع ہوتی ہے اور لمبے عرصہ تک چلتے ہیں۔

(ii) بورڈرز (Borders): یہ خوبصورت سانچے ہوتے ہیں اور انھیں باور استعمال کر کے طباعت کے مواد کے لیے حاشیہ بنائے جاتے ہیں۔ ان کا استعمال عام طور پر ڈیلی تصویروں (Insets) اور اشتہارات کے لیے کیا جاتا ہے۔ یہ عام طور پر 6 پانچ سے لے کر 18 پانچ کے سائزوں میں دستیاب ہو جاتے ہیں۔ کچھ ڈیزائنوں میں کونوں کو سجانے کے لیے خاص کٹکڑے بھی لگائے جاتے ہیں۔

(iii) لیڈ (Leads): خطوط کے درمیان خالی جگہ تشکیل دینے کے لیے ان کا استعمال کیا جاتا ہے۔ یہ ٹائپ میٹل سے بنے ہوئے ہوتے ہیں اور ٹائپ ہائی سے چھوٹے ہوتے ہیں۔

(iv) کوٹاس (Quads): یہ ٹائپ ہائی سے چھوٹے کٹکڑے کی کڑی ہوتے ہیں۔ یہ مستطیل نما ہوتے ہیں اور صفحہ بندی (Page Make Up) کے دوران طویل خالی فاصلوں کو بھرنے کے لیے استعمال کیے جاتے ہیں۔

دعوات سے ڈھلے ہوئے ٹائپ کے حروف کا تعلق طباعت میں لیٹر پریس یا ریلیف پروسس (Relief Process) سے ہوتا ہے۔ لفظ کے ہر ایک حرف کے لیے دعوات سے (حلا ہو) ایک حرف ہوتا ہے۔ ان حروف کی ڈھلائی کے لیے بھرت (Alloy) استعمال کی جاتی ہے۔ یہ بھرت تیار کرنے کے لیے سیدھا، آنتنی (Antimony) اور قلعہ (Tin) کو ملا یا جاتا ہے۔ اس بھرت کو تھارتی طور پر ٹائپ میٹل (Type Metal) کے نام سے موسوم کرتے ہیں۔ اس بھرت سے خوبصورت ڈھلائی ہوتی ہے۔

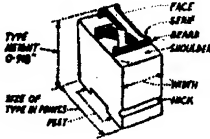
ڈھلائی کا کام ڈھلائی کے صفار خانوں (Foundaries) میں کیا جاتا ہے۔ یہ لوگ طباعت کا کام کرنے والوں کو ایک ہی قسم اور جسامت کے ڈھلے ہوئے حروف ٹائپ وزن کے حساب سے فروخت کرتے ہیں یعنی ڈھلے ہوئے یکساں حروف کو مکمل ٹائپ (Founts) کہا جاتا ہے۔ کچھ طباعت کرنے والوں کے یہاں اپنی ٹائپ کی ڈھلائی مشین موجود ہوتی ہے۔

(ایک ساز کا مکمل ٹائپ (Fount) میں تمام طرح کے ٹیپے موجود ہوتے ہیں جیسے حروف تہجی (Alphabets)، ہندسے (Numericals)، اوقاف اعراب (Punctuation Marks)، تحریر میں فصل پیدا کرنے والے ٹیپے (Spaces) وغیرہ۔ یہ تمام ٹیپے ٹائپ فیس (Typeface) ایک متعین ساز اور متعین وزن والے ہوتے ہیں۔ بہت سی ٹائپ (Types) میں چھوٹے کپ (Small Caps) انگلیس (Italics) اور زور (Bold) کی علامت (Accent Marks) مختلف کی رہنمائی کے لیے نہیں ہوتے۔

دعوات سے بنے ہوئے ٹیپوں کو "ٹائپ" (دستی حروف سازی سے تلفظ) بھی کہتے ہیں۔

ہلے ہوئے ڈیزائنوں سے قدم بہ قدم لاکر چلنے کے لیے ٹائپ صفار خانے و متوافقہ ٹائپ حروف کے سنے سے ڈیزائن بھی تیار کرتی رہتی ہیں جنھیں ٹائپ فیسر (Typefaces) کہتے ہیں۔ ٹائپ ڈیزائنر (Type

رہتا ہے۔ شوئزر کے اوپر کی اونچائی کو بی رز (Beard) کہتے ہیں۔ کچھ میٹروں (Compositors) کی رہنمائی کے لیے ٹک (Nick) فراہم کر لیا جاتا ہے تاکہ وہ صرف چھوکر محسوس کر لیں اور تمام ٹھنوں کو سیدھا کھڑا رکھ سکیں۔



ٹائپ کے حصوں کی پیمائش (Measurement of Types)

(i) پانٹ (Point): ٹائپ کی چائٹس کی اکائی پانٹ (Point) ہے اور یہ تقریباً 1/72 انچ کے برابر ہوتا ہے۔ 12 پانٹ کے ٹائپ کا مطلب بڑی کی گہرائی (Depth of the Body) یا ٹائپ کے شوئزر کی گہرائی۔ اس سے ٹھنوں کی گہرائی مراد نہیں ہوتی کیونکہ یہ تو ہمیشہ کہوتی ہے۔

(ii) بڑی ٹائپ (Body Types): 6 پانٹ سے 14 پانٹ کے سائزوں کو بڑی ٹائپ (Body Types) کہتے ہیں کیونکہ ان میں عموماً پیغام (Message) کتاب کی اصل عبارت (Text) کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ 18 پانٹ سے زیادہ کے سائزوں کو ڈپلے ٹائپ (Display Types) کہتے ہیں اور ان کا استعمال عموماً سرخیاں چھاپنے میں کیا جاتا ہے۔

(iii) پیک (Pica): یہ طوئی پیمائش (Linear Measurement) ہوتی ہے اور عموماً کالموں کی چوڑائی دکھانے کے لیے اس کا استعمال کیا جاتا ہے۔ یہ ایک انچ کے چھ حصہ (1/6 th) کے برابر ہوتی ہے۔

1 em = ایک انچ کا چھ حصہ ہے۔ (4.16 ملی میٹر)

2 ens = 1 em

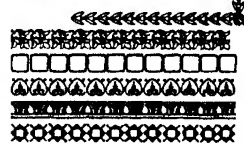
12 = 1 em پانٹ

(iv) آگیت لائن (Agate Line): یہ خط 1/14 انچ گہرا اور اخبار کے کالم کی چوڑائی کے برابر ہوتا ہے۔ عام طور پر یہ پائندہ درجہ بند اشتہارات (Classified Advertisements) اور ڈائریکٹریوں (Directories) کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔

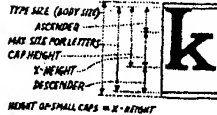
Rules

| | |
|---------------|-------|
| THIN | ————— |
| MEDIUM | ————— |
| BOLD (1 pt.) | ————— |
| 2 POINT | ————— |
| 3 POINT | ————— |
| 6 POINT | ————— |
| 1 EM | ————— |
| DOUBLE THIN | ————— |
| THIN & THICK | ————— |
| DOT LEADER | |
| HYPHEN LEADER | ----- |

Borders



ٹائپ کی تشریح (Anatomy of a Type)



تمام قسم کے ٹائپ کے پچے (233mm) 0.918" اونچے ہوتے ہیں۔ اس ٹائپ کو "ٹائپ ہائی" (Type High) بھی کہتے ہیں۔ چھپائی کرنے والی سلاخوں میں (Face) کہتے ہیں اور یہ پہلو کے بل حرف کا لٹاؤں ہوتا ہے (آئیے میں بنی شبیہ کی طرح)۔ یہ حرف ٹائپ کے شوئزر (چھپائی نہ کرنے والی بڑی کی اوپر کی سلاخ) پر کی جانے والے مثبت کاری (Relief) میں استوار

ٹائپ فیس کی درجہ بندی

(Classification of Typefaces)

پہلی (Extra Bold)۔ ان سے الٹی صفت (Element) کے سائز میں بہت زیادہ تبدیلی لائے بغیر لے آؤٹ (Layout) میں ٹائپ سیٹ الٹی صفت (Typeset Element) کے وزن (نوع) قدر یا خاکستری اثر (Grey Effect) کو کنٹرول کرنے میں مدد ملتی ہے۔

جیسا کہ مثال سے یہ بات واضح ہو سکتی ہے کہ ہر ایک ٹائپ فیس کے لیے تمام تبدلات (Variations) کی تیاری بڑے پیمانے پر نہیں کی جاتی۔

مختلف قسم کے ٹائپ فیس کو چار جماعتوں میں درجہ بند کیا جاتا ہے: رومن (Roman)، گوٹک (Gothic)، اسکرپٹ (Script) اور مخلوط (Miscellaneous)۔ ایک جماعت کی کئی فیملی (Families) ہوتی ہیں جن کے خدو خال مشترک اور فیس یکساں ہوتے ہیں۔ ٹائپ ڈیزائن میں ہر ایک نئی تخلیق کو فیملی کے بطور بڑے پیمانے پر تیار کیا جاتا ہے۔ عملاً ان فیملی کو ٹائپ کے ہی نام سے جانا جاتا ہے۔ ہر ایک فیملی کے مختلف سائزوں کے لیے بالکل یکساں فیس متبادلات (Face Variations) موجود ہوتے ہیں۔

مذکورہ بالا باتوں کے پیش نظر اشتہار کے ڈیزائن میں ایک مناسب موڈ (Mood) تخلیق کرنے یا اسے ایک خاص شخصیت عطا کرنے کے لیے ڈیزائنر کو اپنی پسند سے کام لیتا ہے۔ کسی بھی سائز کی ٹائپ کے لیے فیس متبادلات چار طرح کے ہوتے ہیں:

(1) رومن (Roman)؛ سیدھے کڑے حروف (Up Right Characters) جن کی معمولی چوڑائی اتنی ہوتی ہے کہ وہ انھیں زیادہ وضاحت اور قابل مطالعہ بنادیتی ہے اور پڑھنے والے انھیں آسانی سے پڑھ لیتے ہیں۔ انھیں اس ٹائپ کی ٹائونٹ (Fount) میں رومن فیس (Roman Face) کا حامل سمجھا جاتا ہے۔ اگر ان حروف کو غور سے دیکھا جائے تو یہ مربع نما سے دکھائی دیتے ہیں۔

(2) لٹلک (Italic)؛ جب حروف میں دائیں جانب کو جھکاؤ موجود ہو تو انھیں اٹلک فیس (Italic Face) کا حامل سمجھا جاتا ہے۔

(3) توسیع شدہ (Expanded Face)؛ ایک ہی سائز والی ٹائپ میں دونوں ہی یعنی رومن اور اٹلک حروف کی چوڑائی کم یا زیادہ ہو سکتی ہے۔ جیسے توسیع شدہ فیس (Expanded Face) دائیں بائیں جانب کو پھیلا ہوا ہوتا ہے۔ اس سے ایک دہے ہوئے رقبہ میں نقل نویسی کو کنٹرول کرنے میں مدد ملتی ہے۔

(4) کم کردہ یا لاٹ متبادلات کے وزن (Weight) میں بھی تغیرات واقع ہو سکتے ہیں مثلاً خفیف (Light) درمیانہ (Medium) پہلی (Bold) اور نمایاں طور

| | | | |
|------------------------|--|----------------|------------|
| Roman | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ WXYZ 1234567890 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz | | |
| Gothic | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ WXYZ 1234567890 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz | | |
| Script | A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1234567890 | | |
| Miscellaneous | A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1234567890 | | |
| 1 Roman | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz | 12345 12345 | 170 170 |
| 2 Italic | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz | 12345 12345 | 170 170 |
| 3 VARIATIONS IN WIDTH | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz | 12345 12345 | 170 170 |
| 4 VARIATIONS IN WEIGHT | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz | 12345 12345 | 170 170 |
| Light | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz | 12345 12345 | 170 170 |
| Medium | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz | 12345 12345 | 170 170 |
| Bold | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz | 12345 12345 | 170 170 |
| Extra Bold | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz | 12345 12345 | 170 170 |

فوٹو کنڈرکاری (Photo Engraving)

پروسیس کرنا پڑتا ہے۔ اگر کسی آرٹ ورک میں دونوں اقسام کے آرٹ موجود ہوں تو آرٹ ورک میں تکلیف کو منسوب کے مطابق جمع کر کے یہ کام انجام دیا جاسکتا ہے۔

دو طرح کی تصویریں یا تشبیلات

(The Two Kinds of Illustrations)

طاعت کے حلق سے تصویروں کو دو زمروں میں تقسیم کیا

جاسکتا ہے:

لائن کنڈرکاری (Line Engraving)

اس کام کے لیے جو کچھ مطلوب ہوتا ہے وہ یہ ہے کہ ٹائپ فیس کی طرح سے ہی تصویری سطح (Picture Surface) نبت کاری (Relief) میں موجود ہو اور یہ کسی اتنے سخت مادہ پر موجود ہو کہ جس سے کلی کاپیاں نکل آنے کے باوجود بھی اس میں فرسودگی واقع نہ ہونے پائے۔ یہ کام 16 گانچ (Gauge) کی حسرت (Zinc) کی پلیٹ استعمال کر کے کیا جاتا ہے جو بہترین کوالٹی کی 10 ہزار کاپیاں تک پرنٹ کر سکتی ہے (جبکہ ٹائپ کو استعمال کر کے ایک لاکھ تک کاپیاں پرنٹ کی جاسکتی ہیں)۔ اس عمل میں مندرجہ ذیل باتیں شامل ہوتی ہیں:

(1) فوٹو کیمسٹری (Photo Chemistry) کی مدد سے مطلوبہ سائز میں لائن ڈرائنگ کی شبیہ (Image) دھاتی پلیٹ پر منتقل کرنا۔

(2) اس شبیہ پر تیزاب کا اثر مٹھیں ہوتا اس لیے جب اسے تیزاب میں غوطہ دیا جاتا ہے تو غیر مٹھیں رقبہ (Non-image Area) کی پیلوی طور پر ہلکا دیا جاتا ہے۔

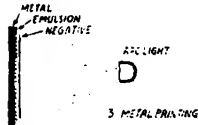
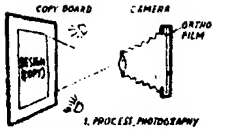
(3) اس طرح سے حاصل اس کنڈرکاری کو کٹڑی کے مستطیل نما ٹکڑے پر نصب کر دیا جاتا ہے۔ اس کی ٹائپ ہائٹ 0.918 ہوتی ہے اور اس سے کپڑے میں آسانی پیدا ہو جاتی ہے۔

(1) خطی تصویریں (Line Illustrations): یہ ایک کیمیا، سلاڈ کٹر (Solid Colour) سے بنی ہوئی ہوتی ہیں۔ ان میں شڈ رنگ یا ٹون میں کسی بیشی نہیں ہوتی اور ہر ایک خط اور سلاڈ رقبہ کیمیا دکھائی دیتا ہے حالانکہ ہوشیاری سے غلط طور پر نقطے استعمال کیے جائیں تو کسی بیشی کا انجام بھی پیدا کیا جاسکتا ہے۔ ٹائپ، پہلے سے ہی تیار خطی تصویریں (Line Illustrations) ہوتے ہیں۔

(2) ہالٹ ٹون تصویریں (Half-tone Illustrations): ان کے ٹون (Tones) مسلسل ہوتے ہیں یا پھر درمیانہ طور پر کیمیا۔ یہ بالکل سفید سے تبدیل ہو کر خالص سیاہ رنگ اختیار کر سکتے ہیں یا پھر نظری طور پر کسی بھی رنگ کی قدریں اختیار کر سکتے ہیں جیسا کہ فوٹو گرافس (Photographs)، آئل پینٹنگس (Oil Paintings)، واش ڈرائنگس (Wash Drawings) وغیرہ میں ہوتا ہے۔

لیٹر پریس پروسیس کے ذریعہ کسی بھی قسم کی تصویر بنانے کے لیے پرنٹنگ سطح کی نبت کاری (Relief) میں دھاتی کنڈرکاری (Metal Engraving) کرنی پڑتی ہے۔

نکلیے (Negatives) بنانے کے لیے کاپی بورڈ پر دونوں کو الگ الگ



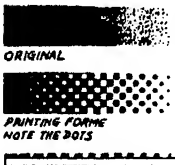
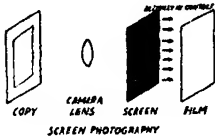
4. DEVELOPING AND TOUCH-UP



6. ROUTING OUT UNWANTED METAL WITH HIGH-SPEED DRILL

7. BEVELLING THE EDGES

8. MOUNTING ON WOOD FOR TYPE HEIGHT



(Process Photography) پروسیس فوٹوگرافی (1)

کیمرا (Camera)، ڈیزائن کاپی (Design Copy)، کاپی بورڈ

(Copy Board)، آرٹھو فلم (Ortho Film)

(Chemical Development) کیمیکل ڈیولپمنٹ ٹو نگیٹو (2)

(Metal) دھات، شیرہ یا ایملشن (Emulsion) کیمیکل (Negative) آرک لائٹ

(Arc Light)

(Metal Printing) میٹل پرنٹنگ (3)

(Developing and Touch-up) ڈیولپنگ اینڈ ٹچ اپ (4)

(Acid Etch) ایسڈ ایٹچ سے گلا (5)

ہیڈر ڈرائیو سے غیر ضروری اجزاء دور کر دینا (6)

کنڈروں کو ڈھلوانا (7)

ٹائپ ہائٹ کے لیے لکڑی پر نصب کرنا (8)

ہال فون کنڈرنگری (Halfstone Engraving)

سلسلہ فون تھیلماٹ (Tone Illustrations) کے لیے فوٹو گرافک فلم

(Photographic Film) کے بالکل سامنے ایک اسکرین رکھا جاتا ہے۔ یہ

اسکرین آؤی تر بھی لائنوں کا ایک ایسا جال ہو تا ہے جو گلاس اسکرین (Glass)

Screen پر کندہ ہو تا ہے یا لکری فلم کا بنا بھی ہو سکتا ہے۔ کیمیکل اسکرین

(Contact Screen) جس پر گریڈڈ کریس کراس (Graded Criss)

Cross آؤی تر بھی لائنیں (Cross Lines) بنی ہوئی ہوتی ہیں ان خانوں

کے درمیان کا رقبہ عدسوں (Lenses) کے مانند کام کرتا ہے اور اپنے میں

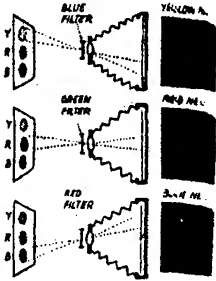
سے گزرنے والے تصویر کی رقبہ کی ٹونل قدر (Tonal Value) کو فلم

(Film) پر واقع تناسب سائزوں والے لائنوں کو مختلف سائزوں والے لائن

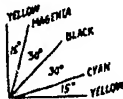
پٹرین (Dots Pattern) میں توڑ دیا جاتا ہے۔ اس طرح مختلف اینڈ آؤی ٹونل

گریڈیشنوں (Tone Gradations) کو نکلیں (Negative) کی شکل میں

تبدیل کر دیا جاتا ہے جس سے پانچویں اٹنی شیعہ دعات پر عملی جاتی ہے۔
اب یہ ڈاٹ ایک لائن آرٹ (کاکام) سادہ کھائی دینے گئے ہیں
کیونکہ لب ان میں ٹون کریمیشن (Gradation of Tone) ہائی نہیں رہتا۔
ان سے تو مسلسل ٹون کا پانچا کسٹر ٹون (Grey Tones) کا اہام پیدا ہو تا ہے۔
کنڈہ کاری کا عمل ایک سائی ہو تا ہے البتہ اس میں کافی ہوشیاری برتی جانے کی
ضرورت ہوتی ہے۔
دک (Art Work) پر ہو تا ہے۔



عملیایر پریس پروسیس (Letterpress Process) کے لیے
آرتھو فلم (Ortho Film) پر پریسنگ (Separation Negatives)
تیار کرنے کے لیے پروسیس اسکرین (Process Screen) کا استعمال کیا جاتا
ہے تاکہ پھر اس میں تماس دھاتی طاعت (Contact Metal Printing) میں
استعمال کیا جاسکے۔ آئسٹپ پرنٹنگ کے لیے پانچ تیار کرتے وقت پروسیس
اسکرین بھی داخل کی جاسکتی ہے (دیکھیے آئسٹپ پرنٹنگ)۔
اسکرین (جونی سیٹلی میٹر 53-60 لائنیں بناتا ہے) کو ہر ایک
رنگ کے لیے گردش دی جاتی ہے تاکہ ایک کے برابر میں ایک ڈاٹ پرنٹ
ہو جائیں اور وہ ایک دوسرے پر چڑھے (Overlap) نہ ہونے پائیں۔



اسکرین کے یکساں پٹرن سے غلطیوں کو بچانے میں مدد ملتی ہے
اور پھر ان میں درست بھی کر لیا جاتا ہے۔

رنگین کنڈہ کاری (Colour Engraving)

یہ اس اصول پر مبنی ہے کہ بنیادی رنگوں یعنی زرد، سرخ اور نیلے
رنگوں کو مختلف مقدار (نوعی قدروں) میں ملا کر تقریباً ہر ایک رنگ کا شیڈ
تیار کیا جاتا ہے (دیکھیے رنگ)۔ روشنائیوں کو کھٹاف کرنا چاہتا ہے۔ عملًا ہوتا
یہ ہے کہ سیاہ رنگ تصویر کو گہری اور کھاسف رنگ کو تازی عطا کرنے میں
مددگار ثابت ہو تا ہے۔ اس سے روشنائی چھانے میں بھی مدد ملتی ہے کیونکہ اگر
سیاہ رنگ موجود نہ ہو تو پھر بہت زیادہ گہرے ٹون (رنگ) ایک دوسرے پر
چڑھے ہونے (Overlap) نظر آتے ہیں۔ اس کی وجہ سے منطبق کرنے کی
ضرورت پڑے گی۔

رنگوں کی علیحدگی (Colour Separation)

یہ ایک ایسا طریقہ ہے جس میں کثیر رنگی تصویر (عام طور پر مسلسل
ٹون دہلی تصویر) کو اس کے بنیادی رنگ ہائے رنگینی اور کالے رنگ میں توڑنا
ہوتا ہے تاکہ اگر رنگوں کی جدائی سے ہاف ٹون نقش کنڈہ (Engraving) تیار
کرنا اور سفید کاغذ پر نہ کرنا ہلا چادر رنگوں کی روشنائیوں سے مطابقت پانچے تو
ہو بہو اصل تصویر تیار ہو جائے۔ یہ علیحدگی سرخ، ہرے اور نیلے کلر فلٹروں
(Colour Filters) اور فلٹر وک فلم (Panchromatic Film) کی مدد سے
مسلسل ٹون علیحدگی (Continuous Tone Separation) کے لیے کی
جاتی ہے۔ جب کاپی بورڈ اور کیمیرے کے عدسے (Lens) کے درمیان نیلا
فلٹر رکھا جاتا ہے تو صرف وہی شعاعیں گزرتی ہیں جو پانچویں کا نیلے درجہ کرتی

ایکپوڈی جانے تو تکلیف کے تاریک حصے شفاف یا سفید اور سفید حصے سیاہ یا تاریک بن جائیں گے اور ایسا محسوس ہوگا جیسے یہ اصل شے ہو۔ فلم پر اصل شے کے اس طرح عکس اتارنے کو پازٹیو (Positive) تیار کرنا کہتے ہیں۔ ایسا اس لیے ہوتا ہے کہ سیاہ یا تاریک حصوں سے کم اور ہلکے علاقوں سے زیادہ روشنی گزرتی ہے۔

حقیقی فوٹو گرافی (Creative Photography) میں بصری بیانات کے لیے کچھ اصل تصویروں میں مہیا کرانی جاتی ہے۔ یہ تصویروں تجارتی اور صنعتی فوٹو گراف اسٹوڈیو، آرٹ اسٹوڈیو، بیسے پر تنگ پریسوں کے حقیقی شے مہیا کرتے ہیں۔ گر انک آرٹ فوٹو گرافی کا استعمال آرٹ اور نقل کو بوجھ اتارنے کے لیے کیا جاتا ہے اور یہ پر تنگ پریس کا حصہ ہوتا ہے۔ گر انک آرٹ فریڈ کے لیے فوٹو گرافک فلمیں دو طرح کی ہوتی ہیں جن میں ایک اینڈر وٹھت کام کے لیے استعمال میں لایا جاتا ہے:

(1) آرٹو کرومیک (Orthochromatic) اس سے نمایاں فرق والے نتائج دستیاب ہوتے ہیں اور ہلکی خاکستری ٹونیں بحیرہ اندازہ گزرتی جاتی ہیں۔ اس لیے اس کا استعمال زیادہ ٹرائن ورک (Line Work) کے لیے کیا جاتا ہے۔

(2) فلوکرومیک (Panchromatic) اس سے ہائی لائٹ علاقوں اور سائے دار علاقوں سے تمام نظیری رنگوں کے نہایت لطیف خاکستری ٹون (Grey Tones) تک اٹھائے جاسکتے ہیں اور ایسے خاص طور پر ان کا استعمال مسلسل ٹون تصاویر (Continuous Tone Pictures) کے لیے کیا جاتا ہے۔

فلم کی ایک تیسری قسم بھی عموماً استعمال کی جاتی ہے جسے ڈپلی کٹنگ فلم (Duplicating Film) کہتے ہیں۔ اس کا استعمال ایک ہی آپریشن میں تکثیر سے پازٹیو یا نائگیو سے پازٹیو بنانے کے لیے کیا جاتا ہے۔ پازٹیو کو اِمُلسیون برادر (Emulsifide) فلم، غیر شفاف سطح پر بھی

اتارا یا بنایا جاسکتا ہے۔ اسے برماڈنٹ پرنٹ (Bromide Print) یا عام زبان میں فوٹو گراف کہا جاتا ہے۔ اس پر پرنٹ کی سطحی نقش (Finish) چکدار بھی ہو سکتی ہے اور وحشی بھی۔ دونوں ہی معاملات میں فوٹو گرافک جپے کو سخت (Contrast)، معمولی ہلکا یا ٹیلا جاتا ہے تاکہ ان پر ہائی لائٹ اور سایہ دار علاقوں کی تفصیلات اٹھائی جاسکیں۔

کہنا بہت آسان اور میکانیکی لگتا ہے مگر پہلے پرفلم کے اندر مگ کی ہجے کرنا کوئی آسان کام نہیں ہے۔ اس میں بڑی سختی کرنی ہوتی ہے۔ یہ باتھ سے انجام دیا جانے والا کام ہوتا ہے اور اس کے لیے کندہ کاری مہارت درکار ہوتی ہے۔ ایک ہی پلٹ کو مکمل طور پر بچھڑانے کے لیے 10 گھنٹوں کی مدت بھی لگ سکتی ہے۔

فوٹو گرافی (Photography)

روشنی کے عمل سے مستقل طور پر مرنی مہمات تیار کرنے کے آرٹ یا عمل کو فوٹو گرافی کہتے ہیں۔ یہ اس اصول پر مبنی ہوتی ہے کہ کچھ کیبیادی مرکبات روشنی سے متاثر ہو جاتے ہیں۔ جب روشنی میں ایکپوڈی شدہ حصہ کو چند منٹ تک کیبیادی مرکبات کے قسار (Contact) میں لایا جاتا ہے تو وہ حصہ مستحکم اور گہرا (تاریک) ہو جاتا ہے۔ تاریک یا گہرا کرنے کا یہ اثر ایکپوڈی مقدور کے تناسب ہوتا ہے۔ جبکہ ایکپوڈی بذات خود روشنی کی شدت (Intensity) اور مدت (Duration) پر منحصر ہوتا ہے۔ عملاً ہوتا ہے کہ کیبیادی مرکبات (جو زیادہ تر سلور برماڈنٹ (Silver Bromide) اور سلور آئیڈائیڈ (Silver Iodide) ہوتے ہیں) کو مناسب ہائندروں (Binders) میں ملا کر شیرہ (Emulsion) بناتے ہیں اور اندھیرے میں شفاف سیلوزائیٹ (Cellulose Acetate) کی ایک طرف اس کی پرت چمکائی جاتی ہے۔ اس طرح تیار سامان کو فوٹو گرافک فلم یا فوٹو سینیٹیو (Photo Sensitive) فلم کہا صرف فلم کہتے ہیں۔

یکسرہ ایک ایسا آلہ ہوتا ہے جو مطلوبہ شبیر کی روشنی کو فلم پر ڈال ہے۔ یہ کام عام طور پر ایسے محدب عدسہ (Convex Lense) کی مدد سے انجام دیا جاتا ہے جس کے فلم سے فاصلہ کو گھٹا بڑھا کر شبیر کی شدت کو گھٹایا بڑھایا جاسکتا ہے۔ اپرچر (Aperture) سے روشنی کی شدت اور شر (Shutter) سے ایکپوڈی مدت کنٹرول کی جاتی ہے۔

جب فلم کو ایکپوڈی کیا جاتا ہے تو اصل شے کے چند حصوں کو تاریک اور تاریک حصوں کو شفاف (سفید) روشنی کے پیچھے رکھ کر دیکھیں تو سفید) بنا کر پیش کیا جاتا ہے۔ ان مخالف نتائج کی بنا پر شبیر کو تکثیر (Negative) کہا جاتا ہے۔

اب اگر دوبارہ اس تکثیر سے روشنی گزرا کر ایک دوسری فلم

ہاف ٹون کی قسمیں (Types of Halftones)

اسکوائر کٹ (Square Cut) کٹ آنوٹ (Cut Out) وگنیٹ (Vignette) ڈراپ آنوٹ (Drop Out) اتصال (Combination)
 بلاک کے سرے عمودی زاویہ پر سر دہ سے اصل شے کا ڈاٹ سائز (Dot Size) رفتہ رفتہ مدہم کے ذریعہ قائب کر دیا جاتا کرتا۔
 تراش دیے جاتے ہیں۔ ہیں منکر قائب کر دیے جاتے ہیں۔ ہو کر مفر ہو جاتا ہے۔ ہے۔



کاغذ (Paper)

پرٹ برادر کاغذ (Coated Papers)

مانند ہی خوبصورتی عطا کردی جاتی ہے۔ یہ فیش (Finish) بالکل چکنی اور ہموار نہیں ہوتی۔ اس طرح یہ کاغذ جو سب سے عمدہ اسکرین اختیار کر سکتا ہے وہ 50 لائنیں فی سم (50 lines per cm) تک کی ہو سکتی ہے۔

(2) آفسیٹ کارٹریج (Offset Cartridge): یہ مضبوط کھردری سطح والے کاغذ ہوتے ہیں اور آفسیٹ پریسوں سے انھیں اضافی چمک (Glazing) عطا کی جاتی ہے۔ آفسیٹ پریس میں پرنٹنگ کے دوران نمی شامل ہوتی ہے۔

(3) اینٹیک پیپر (Antique Papers): یہ کاغذوں کی موٹی قسم ہوتی ہے اور انھیں سانچہ (Mould) کی مدد سے تیار کیا جاتا ہے۔ اگر اس پر سانچے کے خطوط (Mould Lines) نظر آئیں تو یہ کاغذ اینٹیک لید (Antique Laid) کہلاتا ہے اور اگر یہ خطوط نظر نہ آئیں تو یہ کاغذ اینٹیک دوو (Antique Wove) کہلاتا ہے۔

(4) سپر کلنڈرڈ (Super Calendered): اس سے یہ مراد لی جاتی ہے کہ کلینڈرنگ رولروں (Calendering Rollers) میں سے کاغذ کو گزار کر پالش کے ذریعہ اس کی سطح کو بہت زیادہ چمک عطا کر دی گئی ہے۔

(5) مشین فینشڈ (Machine Finished): یہ کاغذ دونوں جانب سے چمکا ہوا ہے مگر اس کی سطح ہر کلینڈرڈ کے مقابلہ میں چکنی نہیں ہوتی۔

(6) مشین گلیزڈ (Machine Glazed): یہ کاغذ ایک طرف سے چمکتا اور چمکا ہوا ہے مگر اس کی دوسری سطح بدستور کھردری ہی ہوتی ہے۔

رائٹنگ پیپر (Writing Papers)

(1) بانڈ پیپر (Bond Papers): بانڈ پیپر میں ریگ (Rag) کا جزو موجود ہوتا ہے اس لیے یہ مضبوط ہوتا ہے۔ ابتدا میں اسے سرکاری بانڈ اور دستاویزات تیار کرنے کے مقصد سے بنایا جاتا تھا تاکہ یہ دستاویز تا دیر قائم رہیں اور کافی وقت گزر جانے کے بعد بھی خراب نہ ہونے پائیں۔ اسی وجہ سے ان کا نام بھی بانڈ پیپر پڑا ہے۔

ان کاغذوں کے اوپر عام طور سے چانکا ککے (China Clay)، زبک وھائٹ (Zinc White)، چاک اور ایلیمینٹرز (Adhesives) کی ہرٹ چرخی ہوتی ہوتی ہے۔ یہ کوٹنگ (Coating) مشینوں سے تیار کیے جانے والے کاغذ کے رولس (Rolls) پر لگادی جاتی ہے تاکہ بہت چکنی اور یکساں طور پر ایسی جلدی سطح تشکیل پا جائے کہ جس پر فائن اسکرین ہاف ٹون ڈاٹ (Fine Screen Half-tone Dots) پیدا ہو سکیں۔ کوٹنگ پیپر کا معروف نام ”آرٹ پیپر (Art Paper)“ ہے۔ اس کی ہماری اقسام ”آرٹ کارڈز (Art Cards)“ کہلاتی ہیں۔

(1) برش کوٹڈ (Brush Coated): کوٹنگ کرنے کے لیے گردش کرتے ہوئے اسطوپی برشوں (Cylindrical Brushes) کا استعمال کیا جاتا ہے اور پیچے برشوں کی آگے پیچھے کی حرکت سے یکساں سطح بنانے کا کام لیا جاتا ہے۔ یہ سب کام کرتے وقت کاغذ کو مستقل طور پر ایک ربر کی اپرن (Rubber Apron) پر رکھ کر آگے بڑھاتے رہتے ہیں۔

(2) مشین کوٹڈ (Machine Coated): اس طریقہ سے کاغذ پر ہرٹ چرختا کافی آسان ہے۔ یہ سطح پائت، برش کوٹنگ کے مقابلہ میں کم تو ہوتی ہے البتہ اتنی چکنی نہیں ہوتی۔

(3) کاسٹ کوٹڈ (Cast Coated): اس کاغذ کی سطح ہر کوٹڈ کے اجزائے ترکیبی کے سلیپ کی ہرٹ (Layer of Slip) سے کوٹنگ چرختائی جاتی ہے۔ اس معاملہ میں آخری پالش (Final Polish) ہلٹ گلیزنگ ڈرم (Hot-glazing Drum) سے کی جاتی ہے۔ ان کاغذوں کی سطح سب سے چکنی ہوتی ہے۔

غیر پرٹ برادر کاغذ (Uncoated Papers)

(1) ایمیتیشن آرٹ پیپر (Imitation Art Papers): ایمیتیشن آرٹ پیپر (Imitation Art Papers) بنانے کے لیے چانکا ککے اور دیگر اجزائے ترکیبی کو بذات خود گلدی (Pulp) کے ساتھ ملا دیا جاتا ہے اور کاغذ کو آرٹ پیپر کی

- (2) بینک پیپر (Bank Papers): یہ بانڈ پیپر کی طرح ہی ہوتے ہیں۔
- (3) لیدر (Laid): یہ بھی رائلنگ پیپر ہی ہوتے ہیں لیکن اس پر سانچوں (Moulds) کی ستوازی لائنیں نظر آتی ہیں۔
- (4) وڈر (Wave): وڈر رائلنگ پیپر ان کاغذات کو کہتے ہیں جن میں تیار تو سانچوں کے ذریعہ ہی کیا جاتا ہے مگر ان پر سانچوں کی لائنیں نظر نہیں آتیں۔
- (5) ایئر میل پیپر (Airmail Paper): یہ کاغذ بہت مضبوط اور بہت ہلکا ہوتا ہے تاکہ ڈاک دزنی نہ ہو پائے۔
- (6) لیجر پیپر (Ledger Paper): یہ کاغذ مضبوط اور پختا ہوتا ہے۔ اس پر کثیر (خطوط) کیچی جاسکتی ہیں۔ ہاتھ سے کٹے جانے والے ایسے کھاتوں کے لیے یہ لیجر بہت نہایت موزوں رہتا ہے جس کا استعمال بہت زیادہ کیا جاتا ہے یعنی بلوخر سے اوخر ہوتے رہے ہیں۔

رپنگ پیپر (Wrapping Papers)

- (1) براؤن پیپر، کرافٹ پیپر (Brown paper, Craft paper): براؤن پیپر اتنا مضبوط نہیں ہوتا جتنا کرافٹ پیپر ہوتا ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ کرافٹ پیپر میں کپڑوں کی ریمیں (Rags) کے علاوہ گھاس کے ریشے بھی موجود ہوتے ہیں جو اسے مضبوطی عطا کرتے ہیں۔ یہ کاغذ عام طور پر شکن دار (Laid) ہوتا ہے۔ نصف درجن رنگوں کے علاوہ یہ سفید رنگ میں بھی مل جاتا ہے۔
- (2) سلفائیٹ بورڈس (Sulphite Boards): ابتدا میں انھیں بجلی کے کام میں حائل (Insulator) کے طور پر استعمال کیا جاتا تھا مگر یہ اپنی ظاہری شکل و صورت اور مضبوطی کی وجہ سے لوگوں کو اتنا بھایا کہ اس سے فلیٹ فائلز (Flat Files) تیار کی جانے لگیں۔
- (3) مومی پیپر (Waxed Papers): انھیں غذائی اشیاء کو محفوظ کرنے (پینے) کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ اس پر کسی بے ضرر روخشانی سے چھپائی کی جانی چاہیے۔
- (4) چرمی پھللی ماما پیپر (Parchment Papers): انھیں یہ نام اس لیے دیا گیا ہے کہ یہ بھیر کی کھال سے ملتے جلتے ہوتے ہیں۔ یہ عام طور پر نیم

شفاف (Translucent) اور گریر پروف (Grease Proof) ہوتے ہیں۔

(5) گومد برادر پیپر (Gummed Papers): عام طور پر ان کے ایک جانب کو تنگ چس چس ہوئی ہوتی ہے تاکہ چھپائی کے اچھے نتائج برآمد ہوں اور دوسری جانب کو گولاد ہوتا ہے۔ انھیں برسات کے موسم میں اور غرجہ پر رکھنے کے لیے بوشیاری برقی پڑتی ہے۔

ہاتھ سے تیار کردہ کاغذ (Handmade Papers)

یہ سانچوں میں تیار کردہ (Mould-made) کاغذ ہوتے ہیں۔ ان میں ریگ (Rag) کا مضر بہت زیادہ ہوتا ہے اور اسی لیے عام طور پر بہت مضبوط ہوتے ہیں۔ کیلنڈرنگ کے ذریعہ ان کی کھردری ساخت کو نرم کر کے عمدہ درمیان اور تختہ رف گریدس (Rough Grades) میں منسودا جاتا ہے۔ نہ صرف یہ کہ اسے تختہ رنگ عطا کر دیے جاتے ہیں بلکہ کبھی کبھی تو اس وقت غیر معمولی شکل و صورت حاصل ہو جاتی ہے جب اس میں ریٹم کے دھماکے، سونے کے ورق کے پختے، رنگین ریشے، سوکھی چٹاں، گھاس پھوس وغیرہ مخلوط نظر آتے ہیں۔

- (1) ڈیکل (Deckles): سانچوں سے تیار ہونے والے کاغذ کے قدرتی سرور (کناروں) میں غیر معمولی جمالیاتی اثر پیدا کر دیا جاتا ہے۔ یہ کاغذ چھپائی کے وقت مسائل پیدا کرتے ہیں خصوصاً لیٹر پریس پر دسیں (Letterpress Process) میں کافی دقتیں آتی ہیں کیونکہ کاغذ کی موٹائی میں بہت زیادہ تغیر و فرار ہوتے ہیں اور وہ یکساں نہیں ہوتی۔

کاغذ کے بین الاقوامی سائز (International Paper Sizes)

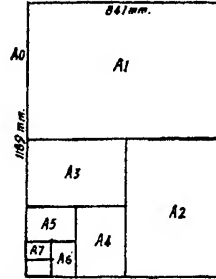
انٹرنیشنل اسٹینڈرڈ آرگنائزیشن (International Standard Organisation) یہ منسودہ دیتی ہے کہ اسٹیشنری (Stationary) اور ترویجی لٹریچر (Promotional Literature) کے لیے مذکورہ بالا سائزوں میں سے سائز کا انتخاب کیا جائے۔ سائز A0 کا رقبہ ایک مربع میٹر ہوتا ہے۔ اس سے چکر اوپے والے برطانوی اور امریکن سائزوں کی لمبی چوڑی مضموں کے مقابلہ مختلف کوائلی کے اوزان (Weights) کا موازنہ کرنا آسان ہو جاتا ہے۔ مذکورہ بالا کاغذوں کو اگر لمبائی کی طرف سے دو برابر مضموں میں تقسیم کر دیا جائے تو سائز حاصل ہو جاتا ہے۔ اس طرح نسبت یکساں رہتی ہے۔

صورت کا انحصار پر توں میں کام آنے والے اجزائے ترکیبی پر ہوتا ہے۔

بچ میں سے سمورے اور دونوں جانبوں یعنی اوپر نیچے کی پر تیس من پسند کاغذ سے تشکیل دے کر کتوں کو تقیرات دیے جاتے ہیں اور وہ لٹین بورڈ (Linen Board)، ڈپلیکس (Duplex)، ٹریپلیکس (Triplex)، ملٹی پلکس (Multiplex) بورڈ کہلاتے جاتے ہیں۔

(1) ڈبوں کا گتہ (Box Board) ایک طرف سے یا دونوں طرف سے چٹا ہوتا ہے تاکہ ڈبے کے باہری جانب چھائی کرنے میں آسانی پیدا ہو جائے۔

(2) اسٹرا بورڈ (Strawboard): سستا اور مضبوط گتہ ہوتا ہے جو جلد سازی کی صنعت میں بڑا مددگار ثابت ہوتا ہے۔ کاغذ 480 اور ورق کے رموں (Reams) میں فروخت کیے جاتے ہیں مگر گتے کروں (Gross) یعنی 144 کے گتوں میں فروخت کیے جاتے ہیں۔



International Paper Sizes

ISO A Series (trimmed)

| | | |
|-----|-----------------|----------------------|
| A0 | 841 x 1189 (mm) | 33.1 x 46.8 (inches) |
| A1 | 594 x 841 | 23.4 x 33.1 |
| A2 | 420 x 594 | 16.5 x 23.4 |
| A3 | 297 x 420 | 11.7 x 16.5 |
| A4 | 210 x 297 | 8.3 x 11.7 |
| A5 | 148 x 210 | 5.8 x 8.3 |
| A6 | 105 x 148 | 4.1 x 5.8 |
| A7 | 74 x 105 | 2.9 x 4.1 |
| A8 | 52 x 74 | 2.1 x 2.9 |
| A9 | 37 x 52 | 1.5 x 2.1 |
| A10 | 26 x 37 | 1 x 1.5 |

Paper Sizes (Current Practice—British standard)

The names and sizes have English feudal background: the classification is not scientific. Because of their popularity the names and sizes gained coinage.

| | | | |
|-----------|--------------------|--------------|--------------------|
| foolscap |13.5" x 17" | ivory card |22" x 28" |
| crown |15" x 20" | cover papers |22.5" x 30.5" |
| demy |17.5" x 22.5" | |18.5" x 23.5" |
| medium |18" x 23" | pulp board |22" x 28" |
| royal |25" x 30" | |30 x 40" |
| imperial |22" x 30" | straw board |26.5" x 30.5" |
| art cards |22" x 28" | handmade |22" x 30" |
| | | |18" x 23" |

کاغذ کی طبیعی (Physical) خصوصیات

(i) بنیادی وزن (Basic Weight): فی روم وزن، چنانکہ کی کٹائی ہوتی ہے مگر کاغذ کے سائزوں میں اختلاف کے سبب محاسب (Calculation) پریشان کن ہو جاتی ہے۔ اگر میٹرک نظام (یعنی وزن فی مربع میٹر) اختیار کیا جائے تو آسانی رہتی ہے۔

(ii) کلیمپر (Calliper): کسی بھی خاص قسم کے کاغذ کی موٹائی یکساں رہنی چاہیے اور لیٹر پریس ہاف ٹون پر پرنٹنگ (Letterpress Halftone)

(Printing) کے لیے استعمال ہونے والے کوٹڈ اسٹاک (Coated)

(Stock) کے سلسلہ میں اس بات کی طرف خاص طور پر دھیان دیا جاتا ہے۔

(iii) ضخامت (Bulk)، میٹھاٹ (Density)، کشش طاقت (Tensile Strength)

، چاک کرنے کی طاقت (Tearing Strength): باہمی طور

پر خشک خصوصیات ہوتی ہیں اور ان کا انحصار کوٹنگ اور گلدی کے اجزائے

اتفاق سے A0 کا تعلق ٹریڈ سائز (Trimmed Size) یا کٹ

چھانٹ کر عطا کردہ آخری سائز سے ہوتا ہے۔ مل سے نکلے ہوئے کاغذ کا سائز نہایت زیادہ ہوتا ہے اور پر خشک بلڈ اشغال (Printing Bleed Illustrations) سلائی اور کٹائی کے بعد بھی نہ کورا ہلا سائزوں کی اجازت دیتا ہے۔

امید ہے کہ یہ سیریز (Series) جلد ہی موجودہ استعمال میں لائی

جانے والی قسم (Variety) کی جگہ لے لے گی۔

گتے رولر بورڈ (Boards)

انھیں موٹائی عطا کرنے کے لیے جب یہ تیلے ہوئے ہیں تو ان پر

گلدی (Pulp) کی پرتیں چڑھادی جاتی ہیں یا پھر مختلف کاغذوں کو ایک

دوسرے سے چسپاں کر کے بھی یہ کام کیا جاسکتا ہے۔ البتہ اس طرح کی

جانے والی گتہ سازی میٹگی ثابت ہوتی ہے۔ ان کی مضبوطی اور ظاہری شکل و

(iv) ایس۔ سی (S.C.) یا Super Calendered: مکمل حالت میں ایس۔ سی کاغذ پر بہت زیادہ دہلی کیلنڈرنگ کی جاتی ہے۔ اس سے کاغذ حقیقی سطحوں میں چکنا ہو جاتا ہے۔ مگر اس کی صفات اور غیر شفافیت (Opacity) دونوں سے ہاتھ دھو ہوتا ہے۔

(2) سطحی طاقت (Surface Strength): کاغذ میں مندرجہ ذیل خاصیت سے بچنے کے لیے کاغذ کی سطح کے عمودی سمت میں کشنی طاقت (Tensile Strength) کی ضرورت ہوتی ہے۔

(i) پکنگ (Pickling): اس میں کاغذ کی بڑی سطح پر روشنائی کے تماس (Contact) میں چھپے اور مھسوں ریشے آجاتے ہیں۔

پر تنگ کے دوران نہ کورہ والا پکنگ کاغذ کی لمبی چوڑی غوس سطح پر نشان کرتی رہتی ہے۔ بہر حال اس بات کو چیک کر لیا جائے کہ کبھی ایسا تو نہیں کہ یہ بل میں کاغذ کی کنگ یا ٹنٹنگ کے دوران اٹھنے والے دھول کے ذرات ہوں۔ ریشوں کی مائیت (Quality)، جینٹل پریس (Heating) (Process)، دیت پریشر (Wet Pressure) اور سائزنگ پریس کی مقدار (Amount of Sizing Process) سے سطحی طاقت میں اضافہ ہو جاتا ہے۔

کاغذ کی مٹائری (Optical) خصوصیات

چمک، رنگ، غیر شفافیت (Opacity) اور شفافیت (Transparency) کا دار و مدار ریشہ اور اس کی چھپک (Thatching) اس کی کثافت (Density)، بلیچنگ (Bleaching)، ایڈیٹوز (Additives) اور کوٹنگ (Coatings) پر ہوتا ہے۔ ضروری نہیں ہے کہ شو قور (Show Through) کا سبب صرف کاغذ کی شفافیت ہی ہو، روشنائی کی بہت زیادہ چوٹیں بھی اس کا سبب ہو سکتی ہے۔

مختلف قسم کی مطبعی کارروائیوں میں درکار کاغذات

(i) لیٹر پریس (Letterpress): زیادہ تر کاغذ ایسے ہوتے ہیں جن پر لیٹر پریس سے چھپائی ہوتی ہے۔ صرف چند خصوصی طور پر چھدار کاغذ ایسے ہوتے ہیں جنہیں آئیٹ سے چھاپنے وقت روشنائی کی تعین (Adjustment) کرنی پڑتی ہے۔ ایسے موقع پر نسبتاً چمکی ٹنٹنگ والا کاغذ تو بچنی

ترکیبی کی نسبت اور کاغذ کو دی جانے والی کیلنڈرنگ کی مقدار پر ہوتا ہے۔

گرین (Grain): جمعی طاقت کے سلسلے میں اپنا کردار ادا کرتا ہے۔

(iv) نرمی (Softness): یہ کہ پتہ (Crepe Paper) اور ٹشو پتہ (Tissue Paper) کو عطا کی جاتی ہے۔ یہ دہلی پر آزمائی جانے والی کٹر مزاحمت (Lower Resistance) ہوتی ہے۔ جبکہ سختی اس کے بالکل برعکس چیز ہے۔

(v) جمعی استحکام (Dimensional Stability): ایم۔ ڈی Machine Direction) یا (M.D.) یعنی کاغذ کے رول کی لمبائی کی سمت میں زیادہ ہوتا ہے اور سی۔ ڈی (Cross Direction) یا (C.D.) کثافت اور کوٹنگ کا اضافہ ہو جانے کے سبب بھی استحکام میں اضافہ ہوتا ہے۔

کھر پر تنگ کے رجسٹریشن کے معاملے میں اس چیز کی بڑی اہمیت ہوتی ہے۔ فی امر طبیعی پھیلاؤ (Physical Stretching) خصوصاً آئیٹ پر تنگ میں جمعی استحکام پر اثر انداز ہوتے ہیں۔

(vi) پائیداری (Permanence): کچھ دستاویزی کام کاج میں پائیداری کی بڑی اہمیت ہوتی ہے۔ اس لیے کاغذ کی تیاری کے دوران تجزیات کی تبدیلی (Neutralise) کرنا ضروری ہو جاتا ہے۔

کاغذ کی سطحی خصوصیات

(i) آخری اصلاح (Finish): یکساں اور عمدہ چھپائی (طعامت) اور بے دھلج روپ رنگ کے لیے یکساں چکناہٹ کا ہونا نہایت ضروری ہے۔ مندرجہ ذیل آخری اصلاحات (Finishes) بڑے متبول ہیں:

(i) ایم۔ ایف۔ (M.F. یعنی Machine Finished): کاغذ کی تیاری کے دوران کیلنڈرنگ کو کنٹرول کر کے کم، درمیانہ اور اعلیٰ درجہ کی چکناہٹ پیدا کی جاتی ہے۔

(ii) قدامت (Antique): کم فنش (Low Finish) تقریباً ہاتھ سے تیار کردہ کاغذ کی مانند۔

(iii) ایم۔ جی۔ (M.G. یا Machine Glazed): مکملی اسٹیج (Wet Stage) پر صرف تار والی سمت (Wire Side) بہت زیادہ چھدار سلینڈر (Highly Glazed Sylinder) پر سے گزاری جاتی ہے۔

طور پر کوئی مسئلہ نہیں کھڑا کرے گا البتہ کھردرے کاغذ پر کئی بھی شہید (Image) آئے گی۔ مندرجہ ذیل کم ترین معیاروں کا خیال رکھنا چاہیے:

- ٹائپ اور لائن بلاک (Types and Line Blocks): اس کے لیے کوئی بھی ایلیک ہیج کافی بہتر ثابت ہوتا ہے۔

• بہت فائن لائن بلاک اور کورس اسکرین (Very Fine Line Block and Coarse Screen): مشین فیش۔

• ہاف ٹون 100-110 لائن اسکرین: پیرکینڈرڈ فیش۔

• ہاف ٹون 120 لائنیں اور فائنر (Halftones 120 Lines and Finer): کوئی بھی ہے۔

(Paper for Illustrations)

• کثیر رنگی چھاپی میں رنگوں کی چمک پیدا کرنے کے لیے بہت زیادہ سفید کاغذ کی ضرورت ہوتی ہے۔ کاغذ کا حد دلانہ تمام رنگوں پر اثر انداز ہو کر انھیں دھندلا بنا دے گا۔

• عمدہ تصویلات کے لیے: لیٹر پریس اور آفیسٹ (طاعت کے لیے) فائن اسکرین استعمال کیا جاتا ہے اس لیے بہت چمکی کو ٹکٹ والے کاغذ درکار ہوتے ہیں۔

• لائن ورک (Line Work): اگر لائن ورک بہت فائن ہو تو لیٹر پریس کے لیے پختے کاغذوں کی ضرورت پڑتی ہے جبکہ آفیسٹ کے لیے اتنے زیادہ پختے کاغذوں کی ضرورت نہیں پڑتی۔

• اگر تصویلات اس قسم کی ہوں کہ ان میں زیادہ تر قریب رنگ بھرے ہوئے ہوں تو کاغذ، خاص طور پر پیک (Picky) نہ ہونا چاہیے۔

• کندہ کاروں (Engravers) اور آف سیٹ پرنٹروں سے اس کاغذ پر کلر پروف (Colour Proofs) لینا چاہیے جس پر آخری چھاپی (Final Printing) کی جائے گی۔

(ii) آفیسٹ: اس پر دیس کے لیے ایسے کاغذات کی ضرورت ہوتی ہے جن کی سطح کی سائز بندی (Surface Sized) کر لی گئی ہو تاکہ وہ نمی اور کینک کا مقابلہ کرنے کے اہل ہوں۔ لیتھو کی زیادہ چمکی روشنائی تو گھدی کے دیشے کھنچ کر خراب کر دیتی ہے۔

اس کے کم ترین معیار مندرجہ ذیل ہیں:

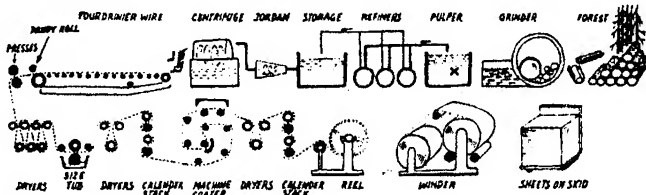
• ٹائپ اور لائن بلاک (Types and Line Blocks): کوئی بھی لیتھو سائز (Litho Sized Paper) ہے۔

• ہاف ٹون 150-200 لائنیں: کوئی سامی پیرکینڈرڈ ہیج

• 200 لائنوں سے زیادہ: کوئی بھی ہے۔

• معمولی عمدہ ہاف ٹون (حتی کہ مٹی بھر بھی) ایسپامڈ (Embossed) ہیج پر بھی پرنٹ کیا جاسکتا ہے۔

(iii) گرے وچر (Gravure): گرے وچر روشنائی زیادہ تر تنبیر



پرنٹ فینشنگ (Print Finishing)

ہیں۔ البتہ طبعیت شدہ اور پوری طرح تیار (Finished) کام کو معوی کرنے، چٹنگ اور لائننگ میں آسانی بہم پہنچانے یا صرف خوشنما میں اضافہ کرنے کے لیے مندرجہ ذیل چند ایک کام ہاتھوں سے بھی انجام دیے جاتے ہیں:

چپکالے اور چھس کر کے کام (Pasting or Mounting): مطبوعہ کاغذ کو ایک اسٹرابورڈ (Strawboard) پر چپکا دیا جاتا ہے جیسے مثال کے طور پر — شو کارڈ (Show Card) جسے کاؤنٹر ڈسپلے کارڈ (Counter Display Card) بھی کہا جاتا ہے۔ فیدگی (Curling) سے بچانے کے لیے مطبوعہ کاغذ کی پشت پر اسی کے معادل ایک اور کر کا کاغذ چھس کر دیا جاتا ہے۔

لین کا سہارا دینا (Easeling): شوکارڈ کو ایسے زاویہ پر کھڑا کرنے کے لیے جس سے پڑھنے میں آسانی ہو اسے ایک قبضہ بردار (Ginged) اسٹرابورڈ کے لین (Easel) کا سہارا دیا جاتا ہے۔ اینزل کو شوکارڈ کی پشت پر لگا دیا جاتا ہے۔

ٹین کی پٹی مڑھنا (Tin Edging): دیواروں پر ٹانگے جانے والے کینڈروں کے مختلف صفحات کی جڑ بندی کرتے وقت ان صفحات کو یکجا کر کے ان پر ایک ایسی ٹین کی پٹی مڑھ دی جاتی ہے جس کے پھول بچھ سونے دھامے کا ایک جھلا بھی لگا ہوا ہو تا ہے۔ اس سے کینڈر کو دیوار پر ٹانگے اور کھارے میں بند دلتی ہے۔

آئی لٹنگ (Eyeletting): اس عمل کے دوران ایک چمید بردار آئی لیٹ (جیسا کہ جڑے میں ہوتا ہے) لگایا جاتا ہے۔ اس کے ذریعہ ڈوری ڈال کر بندھائی کی جاتی ہے۔ آئی لیٹ کے سبب کارڈ سورخ پر سے کٹا پھٹا نہیں ہے۔ آئی لیٹ کڑی گلوں میں دستاب ہو جاتی ہے۔

کونے گول کر دینا (Round Cornering): کتابوں اور ڈائریوں پر جلد چڑھانے سے قبل سلائی کی جانے والے سروں کے کونوں کو گولائی میں موڑ دیا جاتا ہے۔

”پرنٹ فینشنگ“ میں مختلف قسم کی کاروائیوں کو شامل کیا جاسکتا ہے جیسے وارنش کرنا (Varnishing)، گرین چمک (Grain Punching) اور کتاب کو خوش وضع انداز میں پیش کرنے کے لیے کاغذات کی چھپائی مکمل کر لینے کے بعد جلد بندی کرنا وغیرہ۔



جہاں تک پیغام رسانی کا تعلق ہے تو یہ کام صرف ایک ہی پر چٹنگ پر دس سے بھی پایہ تکمیل کو پہنچ سکتا ہے لیکن ڈیزائنز مرنائی اثر (Visual Appeal) کو زیادہ موثر بنانے کے لیے کچھ اور کاروائیاں انجام دینا بھی ضروری سمجھ سکتا ہے جیسے وہ اس میں چمک دک (Gloss)، کشش اور دلربائی (Glamour)، گہرائی اور لطافت (Richness)، ایک خاص حرارتی کیفیت (Mood)، صداقت (Authenticity) وغیرہ جیسی باتوں کو بھی شامل کرتا چاہ سکتا ہے۔ اس طرح ”پرنٹ فینشنگ“ کی معنویت اور بھی بڑھ جاتی ہے۔ اس لیے جلد سازی کرانے سے قبل مطبوعہ اور اس کو کسی خاص فنشنگ شاپ (Finishing Shop) کو بھیجنا بھی پڑ سکتا ہے۔

طبعیت کی اصل کاروائی کرنے سے قبل پر چٹنگ پر دس سے علاوہ پرنٹ فینشنگ کو مندرجہ ذیل تین مراحل میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

(1) وارنش کرنا، ورق دار (Lamination)، گریننگ (Graining) وغیرہ۔

(2) چمک (Punching)، چھدائی (Perforation)، چمکن ڈالنا (Creasing) وغیرہ۔

(3) جلد سازی (Binding)۔

مذکورہ بالا تمام کام عام طور پر مشینوں کے ذریعہ انجام دیے جاتے

کیے بغیر سیل اور فیملی سانچوں کے ذریعہ (دھات پر کی جانے والی کندہ کاری Engraving) چھپے اٹارے جاتے ہیں تو اس کاروائی یا پروسس کو بلاسٹ ایبوسنگ کہتے ہیں۔ ایسے لمبوں کا میٹھ ایک شبت اور ایک خفی پہلو ضرور ہوتا ہے۔ اب اس کارادہ دار آرٹسٹ کی مرضی پر ہے کہ وہ دونوں میں سے کسی پہلو کے اثر کو شبت انداز میں اجاگر کرنا اور بھر اسی کے مطابق آرٹ ورک تیار کرنا چاہتا ہے۔

فیملی کی ڈائی گری کی کندہ کاری (Deep Engraved) ہوتی ہے اور ایک فیملی (ڈائی) کے طور پر کام کرتی ہے جبکہ اس سے مشین پر جو بلاسٹ آف ہیرس (Plaster of Paris) کا سانچہ ڈھالا جاتا ہے وہ سیل (Male) کے طور پر کام انجام دیتا ہے۔ ان کے نیچے دباؤ (Pressure) کے تحت جو جی کاغذ گزر رہا ہے اس پر بے روشنائی والے (بلاسٹ) سانچے کا نمپہ اتر آتا ہے۔ نمپہ کی مزین شکل و صورت کا کارادہ دار کندہ کار (Engraver) کے ذریعہ بنائے جانے والے مزین سانچے (Dye) پر ہوتا ہے۔

ہاتھ سے بنائے جانے والے سخت قسم کے کاغذوں، کارڈوں اور دیگر سخت کاغذات پر سب سے بہتر اثرات مرتب ہوتے ہیں۔ کوئی برادر کاغذوں پر بلاسٹ ایبوسنگ کا مشورہ ہرگز نہیں دیا جاتا کیونکہ ان کاغذوں پر جب دباؤ (Pressure) پڑتا ہے تو ان پر موجود کوئی گنگ بچ جاتی ہے۔

جلی حروف اور ڈرائنگ کی مطاعت کرنے اور ان میں شبت کاری (Relief) کا اضافہ کرنے کی دیگر کاروائیاں بلاسٹ ایبوسنگ پر مشتمل ہو سکتا ہے۔ ڈائی یا سانچے میں پین پانکٹر رجسٹر (Pin Point Register) موجود ہوتا چاہیے۔ اس کے لیے ضروری ہے کہ اسے اسی نیگٹو (Negative) سے بنایا جائے جس سے ایگریجنگ بنائی گئی ہے۔

فول اسٹمپنگ (Foil Stamping): خصوصی قسم کے کاغذ پر دھات کے ورق چپکے ہوئے اور پلنڈوں (Rolls) کی شکل میں لپٹے ہوئے ہوتے ہیں، حرارت اور دباؤ کے اثر سے یہ ورق کاغذ (بلاسٹ) چمڑے اور کپڑے وغیرہ پر بھی، پر نکل ہو جاتے ہیں۔ یہ مثلی گرم سانچہ کی کندہ سطح (Engraved Surface) کے مطابق ہوتی ہے۔ اگر ڈائی (سانچہ) کو شبت کاری کے لیے کندہ کیا گیا ہو تو اس سے اترنے والا نمپہ بھی ایگریجنگ (Relief) یا ایبوس شدہ

گلا کاغذ یا ہٹا کرنگ (Guld Edging or Dyeing): اسپائن (Spine) کو چھوڑ کر کتاب کی تینوں اطراف پانی میں گھلے ہوئے رنگ اسپرے کر دیا جاتا ہے یا پھر کسی چمکے والے ملاو کی مدد سے بہت سی سمین ورق چپکا دیا جاتا ہے۔

انزرتن (Insertion): فیملی لگا (Labelling)، ٹگ لگا (Tagging): لٹائے بھرے، فیملی اور ڈاک ٹکٹ چسپاں کرنے، ٹگ لگانے، ربن بوز (Ribbon Bows) پہنا کرانے، رتھن ڈوریاں ڈالنے وغیرہ سے متعلقہ کچھ ایسے کام اور خدمات بھی ہوتی ہیں جنہیں زیادہ تر پرنٹر فراہم کرتے ہیں۔

ٹیپنگ (Tipping): کسی ایک کنارے پر گوند کی ایک جلی کی لکیر کے ذریعہ کسی مطلوبہ تصویر (نئے اکثر پلٹ (Plate) بھی کہا جاتا ہے) کو الگ سے چپکانے کے کام کو ٹیپنگ کہتے ہیں۔ آرٹ کی کتابوں میں اکثر اس قسم کی چسپاں ٹیپنگ موجود ہوتی ہیں۔

چار اہم کاروائیوں کے علاوہ کی جانے والی مطاعتی کاروائیاں

(Printing Processes, Other Than the Main Four)

مطاعت کا زیادہ تر کام لیٹر پریس یا آفیسٹ پریس سے ہوتا ہے۔ گمرے دھڑ کے لیے بہت لمبے دن (Runs) کی ضروری ہوتی ہے؛ عموماً بہت زیادہ تصویر بردار میگزینوں کی چھپائی میں اس کا استعمال کیا جاتا ہے۔ مسک اسکرین کا استعمال چھوٹے رزولوشن کے لیے کیا جاتا ہے اور اس میں ہاف ٹون (Halftones) سے مراد سیٹ فیش لمبوں (Mat Finish Impressions) کی ضرورت پڑتی ہے۔ مذکورہ بالا کاروائیوں کے علاوہ بہت سی خصوصی قسم کی مرئی (Visual Appeal) پیدا کرنے کے لیے کچھ اور پرنٹنگ کاروائیاں بھی کی جاتی ہیں جیسے ابجرواں حروف (Raised Letters)، طلائی یا سنہرا ورق چڑھنے والے حروف (Letter in Gold Foil)، مثلی سطح (Velvet Surface) وغیرہ۔ ان میں سے چند کاروائیوں (Processes) کو ذیل میں بیان کیا گیا ہے:

بلاسٹ ایبوسنگ (Blind Embossing): جب روشنائی یا ورق استعمال

قلمرو گر انک پر ٹنگ (Thermographic Printing)

یہ ایک ایسا طریقہ ہے جس میں تازہ تازہ مطبوعہ لیٹر پر کسی چھپائی کے روشنائی بردار حصہ پر ایک قسم کا پاؤڈر چھڑکا جاتا ہے۔ پھر اسے پکانے کے لیے ایک چوبے (Oven) میں سے گزرتے ہیں، فوراً ہی یہ پاؤڈر خشک ہو کر اوپر کو ابھر آتا ہے اور اس طرح تصویر کا کافی اونچا نقش (Relief) بن جاتا ہے۔ یہ خشک میں مخصوص علاقوں (Solid Areas) کے لیے اس طریقہ (Process) کو اختیار کرنے کا مشورہ اس لیے نہیں دیا جاسکتا کہ اس قسم کی چھپائی سے وہ علاقہ دوبارہ دکھائی دینے کے بجائے دھبے دار (Mottled) دکھائی دینے لگتا ہے۔ پچھلے کاغذ کی سطح پر کافی عمدہ نتائج برآمد ہوتے ہیں۔ اس پر دس کے لیے اس کراس ہچنگ (Cross Hatching) قسم کی سمین لائنیں بنانے کا مشورہ نہیں دیا جاسکتا۔

DATE _____
BILL NO **1234**
SALES CODE _____

مندرجہ بالا آؤٹ کے لیے دو مرتبہ چھپائی کرنی ہوگی کیونکہ نمبر ڈالنے والی مشین کی بڑی ٹاپ کمپوز میں ذیل کی طرح خشک نہیں کی جاسکتی۔

DATE _____
BILL NO **1234**
SALES CODE _____

فلکسو گرانی (Flexography)

یہ ایک ایسا طریقہ ہے جس میں مثبت کاری والی مطبوعہ کندہ کاریوں اور ٹائپوں کے بجائے ربر کی پلیٹوں سے کی جاتی ہے تاہم پائپر

(Embossed) ہوتا ہے۔ اسی لیے مشین میں گزارنے سے قبل اس کام کے لیے استعمال میں آنے والے میل (Male) کو پلاسٹر آف پیرس سے تیار کیا جاتا ہے۔ بہر حال یہ کام کسی بھی طرح کیوں نہ کیا جائے مطبوعہ کام کا حروف کو کچھ کر ایسا محسوس ہوتا ہے جیسے انھیں واقعی سونے یا چاندی میں ڈھل دیا گیا ہو۔ ان کی شکن و شوکت دیکھ کر قاری (Reader) محرزوہ رہ جاتا ہے۔ اس کام کے لیے ہر وہ کاغذ اور گھبراہٹ بہر رہتا ہے جو دباؤ برداشت کر سکا ہو۔ پارک کاغذوں پر مثبت کاری کے اثرات مرتب کرنے کے لیے ایگریوٹنگ کی گہرائی بہت زیادہ نہ ہونی چاہیے۔

ڈائی پر ٹنگ (Dye Printing)

یہ ایگریوٹنگ کے خالی حصہ (Recess) یا جوف سے کی جانے والی مطاعت ہوتی ہے۔ خالی حصہ یا جوف کا مطلب ہے گرے وچر نفی کرڈ (Gravure Minus Grid)۔ عام طور پر ایگریوٹنگ ایک اسٹیل کی ڈائی (سافٹ) ہوتی ہے۔ اس میں استعمال کی جانے والی روشنائی تو تھ پیٹ کی مانند گاڑی ہوتی ہے۔ دائرہ بلینڈ سوپ (Wiper Blade Sweeps) ڈائی کی سطح کو اس انداز میں صاف کرتے رہتے ہیں کہ روشنائی صرف جوف یا خلا (Recess) میں ہی باقی رہ جاتی ہے۔ بعد میں جب ڈائی کی سطح پر کاغذ رکھ کر دباؤ ڈالا جاتا ہے تو کاغذ صرف روشنائی ہی جذب کر پاتا ہے۔ نتیجتاً روشنائی کا ایک جلیقہ کاغذ برآ ہوتا ہے۔ اگر اس طریقہ سے باوقار نشانات / علامات (Prestigious Emblems)، کوٹ آف آرمس (Coat of Arms)، دفتر سے متعلق یا ذاتی اسٹیجری، کتابوں کے کور (Cover)، گریٹنگ کارڈ وغیرہ چھاپے جائیں تو یہ بڑی مرحوب کن ہوتی ہے۔ تاہم مطاعت کا یہ سب سے سست و طریقہ ہے اور اسی لیے بہت مہنگا بھی پڑتا ہے۔ روشنائی کی تہہ کی موٹائی کے مد نظر اس قسم کی مطاعت کو سیکھنے میں ایک سے تین دن تک لگتے ہیں۔ اس کے باوجود بھی ان مطبوعہ کاغذات کے رکھ رکھاؤ کے معاملہ میں بڑی ہوشیاری برتنی پڑتی ہے۔ چھپائی کے لیے ہر قسم کا کاغذ موزوں رہتا ہے۔ پہلے یہ کام صرف اچھے سے کیا جاتا تھا مگر اب مشینوں سے بھی ہونے لگا ہے۔

کی مدد سے کفایتی انداز میں خطوط کھینچے جاسکتے ہیں (ملاحظہ کیجئے ٹائپ اور حروف سالاری)۔ اس میں ہوشیاری سے ٹیک، ریڈی (Makeready) سے کام لیا جاتا ہے جیسے ڈائریاں، طلبی کارڈیاں، مختلف قسم کے اکاؤنٹ بکرو وغیرہ۔

فلوکنگ (Flocking)

۔۔۔ اس عمل کے ذریعہ کیلے سلک اسکرین چھپائی پر فلوک قابض (Flock Fibers) جمع کر دیے جاتے ہیں جس سے عملی نقش پیدا ہو جاتی ہے۔ ان ریشوں کو ڈیجری کی حل میں استودہ حال (Standing) جمع کرنے کے لیے برق سکونی میدان (Static Electric Field) درکار ہوتا ہے۔ فلوک دسیوں قسم کے رنگوں میں دستیاب ہو جاتا ہے۔ فلوکنگ کے بعد مین ٹائپ اور سطریں اپنا رنگ روپا نہیں (یعنی مدہ دم چھپاتی ہیں)۔ یہ پروسس عملی اور چوڑے علاقوں کے لیے ہی بہتر رہتی ہے۔

دار رنگ (Varnishing)

مشین مطبوعہ صفحات پر صاف شفاف دار لاش کی مین پرت پرت دیتی ہے۔ اس طرح ایک طرف کاغذ کی لمی سے حفاظت ہو جاتی ہے وہیں دوسری جانب اس پر چمک بھی پیدا ہو جاتی ہے اور کاغذ مضبوط ہو جاتا ہے۔ کچھ اشتہارات کے لیے یہ ایک دل پسند خصوصیت قرار دی جاتی ہے۔ ایک مخند میں 150 صفحات پر دار لاش پھیری جاسکتی ہے مگر انھیں سوکنے میں تقریباً 36 گھنٹے لگتے ہیں۔ کتابوں کے کوروں (Covers) کے علاوہ دار لاش صفحات پر بھی دار لاش پوتی جاسکتی ہے بشرطیکہ یہ کوئٹڈ کاغذ (Coated Papers) ہوں۔ بغیر کوئٹڈ کاغذوں پر دار لاش نہیں پوتی جاسکتی۔ ترویجی لوہ کا زیادہ تر طباعتی کام اسی طرح تیار کیا جاتا ہے یعنی اس پر دار لاش ضرور پوتی جاتی ہے۔

لمی نیشن (Lamination)

لیمپ باؤنڈ بکس (Limp Bound Books)، پیپر بکس (Paper Backs)، رکارڈ جیکٹس (Record Jackets) اور بچوں کی کتابوں پر عموماً ایک شفاف ایسی صیغہ فلم (Transparent Acetate Film) چڑھادی جاتی ہے۔ اس طرح دار رنگ کے مقابلہ کہیں زیادہ حفاظت ہو جاتی ہے اور اس قسم

آف جرس کے ایسے سانچے تیار کرنے کے لیے ٹائپ سٹیک اور ایگر پونک بنانے ہی ہوتے ہیں جن سے رہنما پلاسٹک کی ٹپٹیں ڈھال جاتی ہیں۔ یہ طریقہ صرف پالی ٹھمن، پیپر کارٹنس (Paper Cartons)، پیننگ پیپر کے پلندوں (Rolls) وغیرہ پر عملی حروف میں لیبل کی چھپائی کرنے کے لیے ٹھیک رہتا ہے۔ بریکی ٹری کے سبب پین پائٹ رجسٹریشن کے امکانات ختم ہو جاتے ہیں۔ عام طور پر یہ مشینیں روٹیری ٹائپ (Rotary Type) کی ہوتی ہیں۔ ان سے ایک مخند میں 15000 صفحات کی چھپائی کی جاسکتی ہے۔

نمبر ڈالنا (Numbrling)

لکھوں اور کچھ ایسٹری سے تعلق رکھنے والی چیزوں جیسے چھکوں (Invoices)، رسیدوں (Receipts) وغیرہ دار نمبر ڈالنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ نمبرنگ مشین ایک چھوٹی سی ایسی میکانیکی ترکیب ہوتی ہے جسے ہاتھ کے ذریعہ استعمال کیا جاتا ہے یا پھر اسے لیٹر پریس فرسے سے منسلک کر دیا جاتا ہے۔ یہ مشین مسلسل انداز میں چھپائی کے ساتھ ساتھ نمبر بھی ذاتی عملی جاتی ہے۔ ہاتھ سے استعمال کرنے پر اس بات کی توقع نہیں کی جاسکتی کہ تمام کارڈوں پر ٹھیک ایک خاص مقام پر ہی نمبر پڑیں گے۔ مشین سے طباعت کرنے کے عمل کے دوران نمبر کے ارد گرد مشین کی بناوٹ کے سبب ایک خاص جگہ خالی چھوڑنی پڑتی ہے۔ اگر لے آؤٹ میں ایسی کوئی جگہ موجود نہ ہو تو نمبر ڈالنے کا عمل دوسری مرحلہ کی چھپائی کے دوران ہی واقع ہوگا اور ایسی حالت میں اسے (نمبر کو) کسی دوسرے رنگ سے بھی چھپایا جاسکتا ہے۔

سطریں ڈالنا (Ruling)

اس عمل سے مراوے یا یک اور درمیانہ موٹائی کی متوازی لائنیں (خطوط) کھینچنے۔ یہ کام خصوصی روٹنگ مشین سے کیا جاتا ہے۔ اس مشین میں خصوصی فاروں سے پانی میں مکمل ہوئی ردشائی قلموں (Pens) یا کسوں (Disks) کے ذریعہ فراہم کرائی جاتی ہے جن کے درمیان مسادی فاصلہ ہوتا ہے اور جو ایک ہی صف میں نصب ہوتے ہیں۔ اگر ایک دوسرے کو قطع کرتی ہوئی لائنیں کھینچتی ہوں تو کاغذ کو مشین سے دوسرے طرف نکالا جاتا ہے۔ اس طرح کاغذ کے بڑے بڑے صفحات پر کمپوز شدہ سطروں (Composed Rules)

میں یہ 60 cm لمبائی کی لائن ڈال سکتی ہے اور ایک وقت 6 اونیچ میں پمپ کر سکتی ہے۔ اور اسی کی تعداد کا انحصار دراصل کاغذ کی موٹائی پر ہوتا ہے۔

پرہنگ کے دوران بھی ایک اور طرح سے اسی قسم کے سورج بنائے جاسکتے ہیں، مگر یہ کام صرف لیٹر پریس کے ذریعہ ہی کیا جاسکتا ہے۔

اس کام کے لیے مطلوبہ لائن کے مطابق ٹائپ ہائٹ (Type Height) سے کچھ اونچا ڈیش رول (Dash Rule) استعمال کیا جاتا ہے۔

آفس امیشنری کے علاوہ ہر قسم کے کٹلوں کے لیے چھلانگی ضرورت پڑتی ہے۔

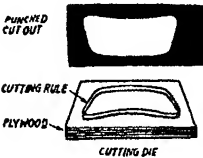
چمک (Punching): مطبوعہ کاغذ یا کارڈ کے غیر مطلوبہ حصہ کو کاٹ دینے کو چمک سے موسوم کیا جاتا ہے۔ لفافوں اور کتے وغیرہ کے ڈس (Cartons) کی چمک عموماً غیر مطبوعہ اشیا کی شکل میں بھی کی جاتی ہے۔

کارخانوں (Packaging Industries) میں چمک کا استعمال سب سے زیادہ کیا جاتا ہے۔ پائنٹ آف پریچر (Point of Purchase) اور ڈائریٹ میل (Direct Mail) سے متعلق اشیا کے لیے اکثر مطلوبہ ڈیزائن میں چمک، رکار

ہوتی ہے۔ پاپ آؤٹ (Pop Out) اثرات کے پیش نظر بچوں کی جگہ کتابوں اور گریٹنگ کارڈوں میں بھی کچھ بیچ شدہ صفحات موجود ہوتے ہیں۔

سادہ جوبینٹری کی شکلوں والے بیچ اسٹیل کی دھار دار خصوصی

تیوں کی مدد سے کپڑے تیار کر دیتا ہے۔ بے ترتیب لائنوں پر کاغذ وغیرہ



تراشنے کے لیے مذکورہ بالا شکل کی ڈائی استعمال کیا جاتا ہے۔ ڈیسے ہوئے اسٹیل کے بیچ درپا ہوتے ہیں۔ ان سے کاغذوں کے ڈیڑھ کی بیچ کیا جاسکتا

ہے۔ یہ اسٹیل رول ڈائی کی شکل میں قریب قریب لگے ہوتے ہیں اور ان سے ورق در ورق بیچ ہوتا رہتا ہے۔

کا سامان نئی وغیرہ سے فرسودہ نہیں ہو پاتا اور چمک دمک میں بھی اضافہ ہو جاتا ہے۔ جس کام پر لمبی ٹیشن استعمال کیا جاتا ہے اس کی خوبصورتی اور جاذبیت میں بھی اضافہ ہو جاتا ہے کیونکہ جمالیاتی حس کا اس سے ایک خاص تعلق ہوتا ہے۔

گریٹنگ (Graining)

اس عمل کے ذریعہ مطبوعہ صفحات پر دیاؤ ڈال کر ان کی ہائٹ کے کردارے پن میں اضافہ کیا جاتا ہے۔ مطلوبہ گرین ڈالنے کے لیے ہاؤڈال کر

گریٹنگ کو متاثر کرنے والے میل فیمیل رول کے جوڑے کو لولنا پڑتا ہے۔ کچھ متبادل عام گرینیں ہیں: سینڈ گرین (Sand Grain)، لائین فینش

(Linen Finish)، کراس چمک (Cross Hatching)، خمین لائن (Thin Lines)۔ گریٹنگ سے کاغذ لیمپ (Limp) اور کم سخت ہو جاتا ہے۔



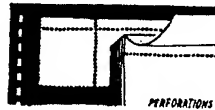
شکارڈ (Show Card) کی پشت پر ایک ایسٹل (Easul)

چھلانگی اور چمک (Perforation and Punching)

چھیدوں کی کثیر (Perforation): یہ کاغذ میں بنے ہوئے نئے نئے سوراخوں (Dot Holes) کی ایک سیدھی لائن ہوتی ہے۔ اس سے کاغذ کو

مطلوبہ انداز میں پھانسنے میں مدد ملتی ہے جیسا کہ کش میو میں سے رسید پھاڑی جاتی ہے۔ اسی طرح ڈاک کٹوں کے سروں پر بھی اسی قسم کے

سوراخ بنے ہوئے ہوتے ہیں۔



پر فورینگ مشین پاؤں سے چلائی جانے والی ہوتی ہے۔ ایک وقت

پرنت فینشنگ (Print Finishing)

● مخصوص قسم کی اسکورنگ مشین کے اسکورنگ ویل (Scoring Wheel)

سے نشان ڈالا جاسکتا ہے

● ڈائی اور کاؤنٹر آررینجمنٹ (Dye and Counter Arrangement) سے کام لیا جاسکتا ہے۔ عموماً ہوتا ہے کہ موڈ (Fold) کے اندر کی طرف باؤ ڈالا جاتا ہے۔

ترک لگانا اور جمع کرنا (Collating and Gathering)

ایشیئری کے اندراجات (Items of Stationery) کے لیے

جیسے دو-دو یا تین-تین کا پیاں ایک جگہ رکھنا۔ واحد اوراق (Single Sheets) کو ایک جگہ جمع کرنے کو ترک لگانا (Collating) کہتے ہیں۔ اسی طرح کتاب بنانے کے لیے سکلپر دہ (Signatures) کو ایک جگہ بیکار کے رکھنے کو جمع کرنا (Gathering) کہتے ہیں۔ ابھی تک یہ کام آدمی ہی انجام دیتے ہیں۔

ٹاکٹا / سینا سلائی اور جلد ہاندھنا

(Stitching, Sewing and Binding)

ذیل میں کسی کتاب آتا پچہ کی جلد بندھنے کے پانچ مختلف طریقے اور ان کی خوبیاں اور خامیاں بیان کی گئی ہیں۔

(1) مرکزی سلائی (Center Stitching)

64 صفحات تک کے واحد باب (Single Section) کو کچ کے حصہ پر اچھا (Stitch) کیا جاسکتا ہے۔ ایسا کرنے کے لیے تمام صفحات کو مرکزی حصہ یا اسپائن (Spine) پر جمع کر کے لپ کور (Limp Cover) کے ہر لویا تو سٹیل واٹر اسٹپلنگ مشین (Saddle Wire Stapling Machine) کے ذریعہ تار سے بندش کر دی جاتی ہے یا پھر ہاتھ سے سوئی دھماگے کی مدد سے بیکار کر دیا جاتا ہے۔ اچھک کے بعد تینوں طرف کے اضافی کاغذ کو تراش دیا جاتا ہے۔

جلد بندی کے طریقے (Binding Processes)

جب پیٹام کا متن منتخب فرسے کے ایک فولڈر کی بیکائش سے زیادہ ہو جاتا ہے تو اسے کئی فولڈروں میں تقسیم کر دیا جاتا ہے اور پھر انہیں صفائی نمبروں کے مطابق ترتیب وار مرتب کر کے ہمیشہ ہمیش کے لیے ایک جگہ جمع کر دیا جاتا ہے یا بالفاظ دیگر انہیں جلد بند کر کے کتابی شکل عطا کر دی جاتی ہے۔ طبع شدہ (Printed) فرسے سے لے کر جلد بندی کے آخری شکل عطا کرنے تک مندرجہ ذیل کام انجام دیے جاتے ہیں:

مڑائی (Folding)

سلائی کرنے اور تین اطراف سے تراشنے سے قبل چپے ہوئے کاغذات کو ہاتھ یا مشین کے ذریعہ مڑایا جاتا ہے (اگر کاغذات زیادہ ہوں تو پھر یہ مڑائی کام مشین کے ذریعہ انجام دیا جاتا ہے)۔ فرسے پر صف بندی (صفحات کے نمبر ڈالنے کا کام) ہو شادی سے فولڈنگ ترتیب (Folding Scheme) کو مد نظر رکھ کر کی جاتی ہے۔

جب اوراق کو کاغذ کے گرین (Grain) کے ساتھ ساتھ موز کر کتاب تیار کی جاتی ہے تو یہ کتاب سپاٹ انداز (Flat) میں نکلا کرتی ہے۔

جب طبع شدہ کاغذ کے مڑے ہوئے اوراق کتاب کی شکل میں سلائی کے لیے تیار ہو جاتے ہیں تو اس کتاب کو سکلپر (Signature) کہا جاتا ہے۔

کرپزنگ (اسکورنگ) (Creasing (Scoring)

موئے کاغذ یا کارڈ پر مڑائی کے مطلوبہ خط پر چھن (Crease) ڈالنی پڑتی ہے کیونکہ ہاتھ سے کی جانے والی مڑائی محدود ہوتی ہے اور ایسا محسوس ہوتا ہے جیسے اس میں سے ریٹے باہر جھٹک رہے ہوں۔

● کرپزنگ رول (Creasing Rule) کی مدد سے بے روشنائی پر چٹک رن (Printing Run) سے پلائن (Platen) پر دبا ڈالا جاسکتا ہے یا

• ملحقہ رقبہ سے متعلقہ فیصلہ کو مد نظر رکھتے ہوئے ذرا نثر کو مناسب حاشیہ
چھوڑ دینا چاہیے (حاشیہ سے مراد وہ جگہ جسے اسپائن کی طرف چھوڑ دیا
جاتا ہے)۔

• صفحات پوری طرح نہیں کھل پاتے۔

• اسپائن جلد کی چٹنی جگہ ہوتی ہے۔ اس پر اکثر کتاب اور مصنف کا نام نگہ دیا
جاتا ہے۔

• اگر اسٹیکنگ کا طریقہ طرح سے جو ست نہ ہو پائے تو اس سے نقصان پہنچ
سکتا ہے۔

• طبع شدہ صفحات کو بعد میں بالکل آخری لمحات میں بھی شامل کیا جاسکتا
ہے۔ اسی لیے سووینیرس (Souvenirs) اور دیگر قلیل مدتی لٹریچر کو جمع
کر لینے کے بعد ان صفحات کو اشتہارات بازی کے حصن میں فوری تہ
جاتی ہے۔

(3) سیکھی سلائی (Section Stitching)

سب سے بہتر طریقہ یہ ہوتا ہے کہ مختلف سیکشنوں (جزوں) کو مرتبہ
پر سے سی کر انھیں کتاب کی شکل عطا کر دی جائے۔ یہ کام مشینوں سے بھی
انجام دیا جاسکتا ہے اور ہاتھ سے بھی۔

جہاں تک کور (Cover) کا تعلق ہے یہ لمپ (Limp)، کارڈ
(Card) یا ایسا کور جیسو ہو سکتا ہے جس پر اسپائن کی چوڑائی کے لیے پہلے
سے ہی چین یا نشان (Crease) چڑا ہوا ہو یا پھر یہ اسٹرابورڈ
(Strawboard) کے ایسے ٹکڑے بھی ہو سکتے ہیں جن پر مناسب قسم
کا ہارڈنگ لگا کر چڑھا ہوا ہو۔ اس ہارڈنگ کا تھ کو ہارڈ کور (Hard
Cover) ہارڈنگ کیس بھی کہتے ہیں۔ اسے سرے کے کاغذوں یا اینڈ

ہیج (End Papers) کی مدد سے کتاب سے چسپاں کر دیا جاتا ہے۔ ہر
ایک سرے پر دو چلا بیچ فولڈر (Page Folders) چسپاں کیے
جاتے ہیں۔ ان میں سے ایک صفحہ تو کیس سے چسپاں کر دیا جاتا ہے اور
دوسرا صفحہ کتاب سے ملا کر دی دیا جاتا ہے۔



• جیسے جیسے صفحات کی تعداد بڑھتی جاتی ہے ویسے ویسے ہی اسپائن (Spine)
گولائی میں موٹا ہوتا چلا جاتا ہے۔

• صفحات پوری طرح کھلتے ہیں۔

• نہایت سرعت سے جلد بندی کی جاسکتی ہے۔

• صفحات میں اضافہ یا تخفیف کرنی ہو تو یہ کام 4-4 کے اضافہ

(Multiples) میں کیا جاتا ہے۔

• اگر کتابچہ کے اوّل نصف حصہ میں رنگین صفحات کا استعمال کیا جاتا ہو تو ان
کے باقی نصف حصوں (صفحوں) کے حصن میں یہ جانچی پڑا ل کر لی جائے
کہ آجپان میں جن منوات کا تذکرہ کیا گیا ہے وہ صحیح ہیں یا نہیں۔

(2) پہلو سے کی جانے والی سلائی (Side Stitching)

• اس طریقہ میں ابواب (Sections) یا اوراق کی ایک انچ تک موٹی تہ
کو کسی تار یا دھاگے کی مدد سے پہلو کی جانب سے اسٹیک کر دی جاتی ہے اور
تاگوں (Stitches) کے سہارے پہن کو چھپانے کے لیے اس پر کور (Cover)
مڑ دیا جاتا ہے (یہ کام کریجنگ کے بعد لٹھی یا سرس (Glue) وغیرہ سے
انجام دیا جاتا ہے)۔

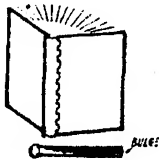




- یہ جلد بندی مضبوط نہیں کی جا سکتی کیونکہ ذرا سا بھی زور لگا کر صفحہ کو کھینچا جائے تو وہ کتاب سے باہر نکل آتا ہے۔
- کچھ عرصہ بعد موسمی تغیرات کے سبب گوند بھر بھرا ہو جاتا ہے اور جھرنے لگتا ہے۔
- اس کی سفارش گھیل مدنی لٹریچر کے لیے ہی کی جاتی ہے جیسے بیک (Paper Backs)، میگزین (Magazines)، ٹیلیفون ڈائریکٹریوں (Telephone Directories) وغیرہ۔
- یہ ایک ایسا طریقہ ہے جسے اعتبار کر کے موٹی موٹی کتابوں کی جلد بندی جلدی اور سستے داموں پر کی جا سکتی ہے۔

(5) ڈھیلے اور پانی جلد بندی (Loose Leaf Binding)

- ایک جگہ جمع شدہ سگنچروں (Signatures) کو چاروں طرف سے تراش کر صفحہ کے سائز کے مطابق کاٹ لیا جاتا ہے۔ جلد بندی والی سمت میں ڈا نوگول سوراخ کر لیے جاتے ہیں اور پھر ان میں ایسبرک ٹاٹا تھسا رکھا دیا جاتا ہے یا پھر لمبے لمبے جھری ٹاٹا سوراخ کر کے اس میں نکلے نما پلاسٹک کے



- یہ جلد سے خوبصورت، سب سے مضبوط اور سب سے مہلکی ہوتی ہے۔
- اس کے صفحات پورے طور پر نکلے ہیں۔
- ایک سیکشن میں صفحات کی تعداد یکساں (12 یا 16) ہوتی ہے۔ کتاب میں موجود کم صفحات والے سیکشنوں کو کتاب کے دونوں میں سے کسی بھی سرے پر بند رکھنا چاہیے۔
- کاغذ ہتھامین اور کم سخت ہوگا سیکشن تیار کرنے کے لیے اتنے ہی زیادہ کاغذوں کی ضرورت پڑے گی۔
- کاغذوں میں کی بیشی صرف 4 کے اضافہ (Multiples) میں ہی کی جا سکتی ہے۔

- پوری طرح کپڑا چمے ہوئے کپس پر کوئٹ لیٹرز (Quilt Letters) یا برہاسٹ امپریشن (Embossed Impression) ڈالے جا سکتے ہیں۔
- لا بھر بری ایڈیشن عام طور پر ہارڈ باؤنڈ (Hard Bound) ہوتے ہیں اور گھیل مدنی لٹریچر لمپ باؤنڈ (Limp Bound) ہوتا ہے۔

(4) کامل جلد بندی (Perfect Binding)

- جلد بندی کے اس طریقہ میں ایک خاص قسم کے گوند (Adhesive) کا استعمال کیا جاتا ہے۔ پہلے کتاب کے صفحات کو یکجا کیا جاتا ہے اور پھر ہر سری سلائی کی جاتی ہے (یعنی Spine) اس طرف کے حصہ کو بھی تراشا اور کھدرا ہٹایا جاتا ہے تاکہ گوند کے ساتھ اس حصہ کی پکڑ مضبوط ہو جائے۔ یہ گوند بھی کبھی بہت زیادہ سختی اختیار نہیں کرتا اور کتاب تقریباً پوری طرح کھلا کرتی ہے۔ لیکن گوند عام طور پر کور کو بھی جکڑے رہتا ہے (کور عام طور پر لمپ ہوتا ہے)۔

- درک شاپ کی کارکردگی اور صلاحیت۔
- پائپ لائن میں موجود دیگر کام۔
- (3) ڈیٹا چیک کرنے کے کام میں کتنی صحت مندی (Accuracy) ہے؟
- کیا اس کا سائز صحیح ہے؟
- کیا جلد بندی ذہن ان کے مطابق کی گئی ہے اور کیا صفحات پر نمبر ڈال دیے گئے ہیں؟
- کیا بنیادی لے آؤٹ گمڈ (کالم، حاشیہ، فوٹو وغیرہ) صحیح حجم کی بنیاد پر ہے؟
- کیا مختلف عناصر (معلومات، مضامین، تصاویر وغیرہ) واضح طور پر اور مناسب جگہ پر جمائے گئے ہیں اور کیا یہ کاپی فنک اور پلانہ بندی (Scaling) کے مطابق ہے؟
- کیا رنگوں کے متعلق ٹیک ٹیک وضاحت کر دی گئی ہے یعنی یہ کہ روشنائی (کلر شیڈ، کوڈ نمبر، سینو ٹیکسچر) یا آرٹسٹ سے کلر پیچ (Colour Patch) اور سلیڈ فنٹ (Solid Tint)، دیوٹون (Duotone)، ملٹی کلر (Multi Colour)، ہالپ ٹون وغیرہ کی نشاندہی کر لی گئی ہے؟
- کیا بلنڈ ٹیکچر (Bleed Pictures) اور فنٹ (Tints) کی مناسب ہدایات حاصل کر لی گئی ہیں؟
- کیا لے آؤٹ میں کی جانے والی تبدیلیوں پر عمل کر لیا گیا ہے اور کیا اسی کے مطابق اور واضح لے آؤٹ تیار کر لی گئی ہے؟
- کیا کور صفحات (Cover Pages) کی لے آؤٹ تھم کی گئی ہے؟
- (4) طاعت پر گھنٹے والے وقت کا دائرہ دار ان باتوں پر ہوتا ہے:
- پر کلک مشینوں کی اپڈیٹ اور کوالٹی۔
- صفحات، کاپیوں، رنگوں اور دیگر خصوصی نمروں (Special Runs) کی تعداد جتنی زیادہ ہوتی ہے اسی کے مطابق کام کی تکمیل میں وقت بھی درکار ہوتا ہے۔
- ڈائی پر کلک (Dye Printing)، بلائنڈ پرنٹنگ (Blind

- کٹرز سے پیسٹ کر دیے جاتے ہیں جیسے کہ پچھلے صفحہ کی تصویریں دکھائی گئیں۔
- پلاسٹک اور اس کا رنگ ہمارے مہدی کی شبیہ (Image) کا ایک حصہ بن چکے ہیں۔
- کتاب کسی بھی صفحہ پر 360° کے زاویہ پر کھولی جاسکتی ہے۔ (انٹرویو، ایلوں اور حوالہ جاتی کتب کے لیے نہایت عمدہ۔
- جلد بندی کے مقابلہ میں کام زیادہ مضبوط ثابت نہیں ہوتا۔
- چند برسوں بعد پلاسٹک کا سامان بھر بھرا ہوا رہے اور پھر پلاسٹک جھڑنے لگتی ہے۔
- جلد بندی کی سامنے والی یعنی اوپری سطح درمیان میں سے پھول جاتی ہے اور پھر انوکھو کھیل کر پڑھ جاتا ہے یا بھاری طرح ابھرا رہتا ہے۔
- کوئی پرنٹر آپ کے کام کو کتنی جلد انجام دے سکتا ہے؟
- یہ اس بات پر منحصر ہے کہ کام کی منصوبہ بندی (لے آؤٹ، ڈی، کتنی مہدی کی سے کی گئی ہے اور یہ کہ آیا پرنٹر کو واضح اور مکمل ہدایات (مارک اپ، پلانہ بندی، رنگوں کی تقسیم وغیرہ) مختلف ضروری سامان (کاپی اور تصاویر) فراہم کر دی گئی ہیں یا نہیں اور ان ہدایات مختلف ضروری سامان کی بنا پر وہ اپنا کام ٹھیک طور پر انجام دے رہا ہے یا نہیں۔ آپ کے کام کو انجام تک پہنچانے میں مندرجہ ذیل باتیں اثر انداز ہو سکتی ہیں:

(1) ٹائپ سیٹنگ کی مدت ان باتوں پر منحصر ہے:

- پرنٹ شاپ کی صلاحیت اور کام میں آنے والے آلات کی کوالٹی اور رفتار۔
- مسودہ کتنی خوبصورتی سے ٹائپ کیا گیا ہے۔
- آیا ہند میں اس میں کسی قسم کی ترمیم تو نہیں کی جائے گی۔

— پائپ لائن (Pipe Line) میں دیگر کام کا رخ۔

(2) ایڈیٹنگ (ایڈٹنگ کی تیار) کی مدت ان باتوں پر منحصر ہوتی ہے:

- کام میں لائے جانے والے آلات — یعنی پرنٹنگ میسین یا الیکٹرانک اسکینر (Electronic Scanner) — کی رفتار اور کوالٹی۔

جانے چاہئیں۔

— جہولی مضمون مناسب انداز میں ٹائپ کیا ہوا ہوتا ہے۔

— (تجلیوں اور سلاؤں وغیرہ کے) باقاعدہ اندراجات فرد کی کاپی — جیت
فہرست مضامین، مضامین کے نام، شمارہ نمبر، تاریخ، ماہ، سال، ایڈیٹر
اور ناشر کے نام و پتے، سرورق سے متعلق معلومات وغیرہ — سنہ کو
بار کیے سے چیک کر لینا چاہیے۔

— اشتہارات کے لیے مختلف کاموں کے تحت ایک فہرست منسلک کر دینی
چاہیے جس میں ہائیڈرو، پروڈکٹ، اشتہار کے لیے مختص کی جانے والی
جگہ، رنگوں کی تعداد، خصوصی حیثیت (Special Position)،
لے آؤٹ کی کاپی یا بلاک یا اسٹیریو (Stereos) سے متعلقہ دیات
درج ہوں۔ کپڑے سے متعلق بھی واضح دیات دی جانی چاہئیں۔
تعداد اور اشتہارات (ڈرائنگ اور فوٹو گرافی) عمدہ طور پر تیار ہونی
چاہیے (دیکھیے گہری طرح تیار لے آؤٹ)، نمبر دار اور کاپی میں ان
کی جگہ مضمون کے قریب ترین فاصلہ پر ہی مختص ہونی چاہیے۔

— انھیں نہایت احتیاط سے دوسرے دوسرے لایا لے جایا جائے تاکہ ان پر
کسی قسم کا نشان یا خراش وغیرہ نہ پڑے۔ انھیں کبھی بھی موزکر نہ
رکھا جاتا ہے۔

— انھیں ایک مضبوط کور میں ٹھیک طرح سے محفوظ رکھنا چاہیے اور اس
میں مناسب پراسیسنگ دیات (Processing Instructions)
موجود ہونی چاہئیں (دیکھیے گہری طرح تیار لے آؤٹ)۔

— فوٹو گرافی چمک دار پرنٹ کی شکل میں ہونے چاہئیں۔ انھیں دوسرے
سے دوسرے لانے لانے کے معاملہ میں احتیاط سے کام لینا چاہیے۔
ہل پھٹ جین سے لگنے سے گہرے نشانات پڑ جاتے ہیں جنھیں پروسیس
کیرہ پکڑ بھی سکتا ہے۔ اس لیے نرم پھسل یا جین کا استعمال کرتے ہوئے
ایک کونہ پر نری سے لکھنا چاہیے یا باہر ایک چھوٹی سی جھپکی (Label)
لگا دینی چاہیے۔ جکی معاملہ کپڑوں (Clips) کے ساتھ بھی پیش آتا
ہے۔ وہ بھی نشانات چھوڑ جاتے ہیں۔ کپڑوں کا استعمال کرتے وقت کارڈ

(Embossing، سٹیک اسکرین پرنٹنگ (Silk Screen Printing))

جو نہایت رد عمل ہوتے ہیں جیسے کچھ دیگر کام کا۔

— آیا یہ کام (Job) خصوصی پراسیسنگ (Special Processing) کے
لیے نہیں ہر دلی دوکان پر بھیجا جاتا ہے۔

— میک ریڈی ٹائم (Makeready Time) جو ٹیپ پر نہیں ہل فون
(Letterpress Half-tones) کے لیے موم کا کاپی لیا ہوا ہے۔

— کانڈ، پرنٹنگ پروسیس (Printing Process) اور روشنی کے
درمیان تناسبیت (Suitability)۔

— کیا کانڈ اور روشنی ضروری مقدار میں وقت پر حاصل کر لیا گیا ہے۔

کاپی جمع کرنا (Submission of Copy)

کاپی نہایت صفائی سے ٹائپ شدہ ہونی چاہیے، لائنوں کے درمیان دوتا
فاصلہ موجود ہونا چاہیے نیز یہ کہ ٹائپ سٹیک اشکال کے مطابق یکساں سائز
کے کاغذوں پر لکھا جاتا چاہیے نیز یہ کہ قلمی آراء اور ڈیجیٹل عنوان کے لیے
یکساں آئیڈنٹیشن (Identities) اور ادوار قاف و رموز کا استعمال کیا جاتا چاہیے۔
— غلطیوں کی اصلاحات کم سے کم اور واضح طور پر سمجھ میں آ جانے والی
ہونی چاہئیں۔ اگر اغلاط بہت زیادہ ہوں تو پھر اگر ان کو از سر نو ٹائپ
کرانا چاہیے۔

— صفات نمبر وار مرتب کر کے محفوظ کور میں رکھے جانے چاہئیں اور یہ
مناسب طور پر لیبل شدہ کر دینے چاہئیں۔

— اضافی سوادہ کی واضح طور پر نشاندہی کر دینی چاہیے جیسے صفحہ 63 اور
64 کے درمیان صفحہ نمبر 63 تحریر دینا چاہیے۔

— سرخیال (Captions) حوالہ جاتی نشاندہی کے ہمراہ الگ سے ٹائپ
کرانی چاہئیں۔ دیکھیے انھیں فوٹو گرافی کی پست پر کیوں لکھا گیا ہو۔

— عنوان کے ہمراہ حاشیہ (Footnotes)، حواش (Introductions)،

ہلرس (Fillers) (تجئیں، لپیٹے، ---) ہینک بک نوٹ (Hangings)

(Notes) وغیرہ کو جمانے کے لیے مناسب حوالہ جاتی نشانات دیے

پبلنگ کا استعمال کرنا چاہیے۔

— کا پی جمع کرتے وقت متعلقہ کام کے لیے مطلوبہ لفافوں، رپروں

(Wrappers)، لیبلوں (Labels) وغیرہ کی طباعت کا آرڈر بھی

دے دینا چاہیے۔

— اگر تیار کردہ پلاکوں کو استعمال کیا جاتا ہو تو ان کے پروف بھی منسلک

کر دینے چاہئیں۔

— پرنٹر کو ہر دہائی (Delivery) کی ہدایت بھی کر دی جائے۔ پارٹوں کے

نام و پتے، فیس سمیٹی جانے والی کارپیوں کی فہرست تیار کر دینی چاہیے اور ج

بھی تیار دینا چاہیے کہ ہر بنڈل یا حکیت میں کتنی کارپیاں رکھی جائیں۔

— اگر کسی جٹیل کا صرف ایک حصہ ہی استعمال کیا جاتا ہو تو ایک اور لے

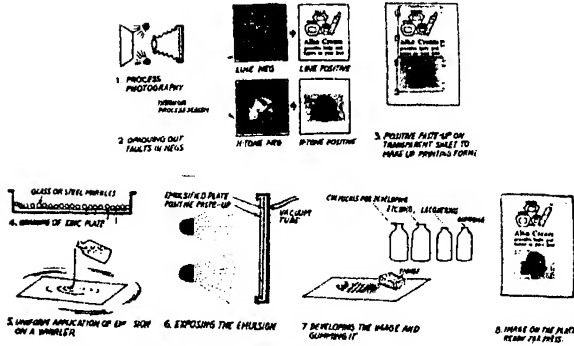
(Overlay) پر اس کی واضح طور پر نشاندہی کر دینی چاہیے یا پھر اسے کسی

کانڈ کے فریم میں ڈھک دینا چاہیے۔ وغیرہ (Transparencies)

کو بھی اسی طرح ڈھک دینا چاہیے۔

آف سیٹ پرنٹنگ

(Offset Printing)



پر ر کے کسل سے پڑیٹھ شیر اتر آتی ہے۔

کچھ شیٹ فیڈ (Sheetfed) آف سیٹ مشینیں ایکی ہوتی ہیں جو ایک گھنٹہ میں 7000 کاغذ چھاپ سکتی ہے جب کہ رازی آف سیٹ (Rotary Offset) مشینیں ایک گھنٹہ میں 30,000 تک کاغذ چھاپ سکتی ہیں۔

قابل طاعت گہری تجزائی نقش والی آف سیٹ پلیٹیں

(Printable Deep Etched Offset Plates)

آف سیٹ پر نٹروں کے نقطہ ٹھوس دیکھا جائے تو آرت صرف ۱۱ طرح کا ہوتا ہے یعنی لائن آرت (Line Art) اور مسلسل ٹون آرت (Continuous Tone Art)۔

لائن تھیلیات (Line Illustrations) اس کا پی بورڈ سے ایکچوژ کر لیے جاتے ہیں جو مناسب طور پر روشن ہوتے ہیں تاکہ ست رو (slow) آر تھو کروچک (Orthochromatic) فلم استعمال کر کے مطلوبہ سائز کا تکلیف تیار کیا جاسکے۔ آر تھو کروچک فلم پر نمایاں نتائج (Contrast Results) مرتب ہوتے ہیں۔ مناسب انداز میں ٹوک پک درست کرنے

طاعت کا پتھر کر ایک (Planographic) طریقہ ایسا ہوتا ہے جس

میں ایک چھٹی سطح سے شبہ (Impression) لگتا جاتا ہے۔

عام طور پر الفاظ اور اسکرین شدہ تصویر کے ڈیزائن کی پڑیٹھ شیر کو فوٹو گرافی کے طریقے سے ایک خصوصی واسنہ دار ڈک پلیٹ (Grained Zinc Plate) پر منتقل کر دیا جاتا ہے۔ ڈک کے علاوہ دیگر دھاتوں کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔ شبہ کی بناوٹ کہ اس قسم کی ہوتی ہے کہ یہ تھل برادر روشنائی جذب کر سکتی ہے مگر پانی جذب نہیں کر پاتی۔ جب دوا دوا دروا روں (Water Rollers) کے ٹاس (Contact) میں آتی ہے تو غیر شبہ رستے (Non-image Area) پانی کی ایک مہین پرت جذب کر لیتی ہے جو اگلے دروا سے روشنائی خارج کر دیتا ہے مگر شبہ برادر رقبہ روشنائی کی ایک مہین پرت جذب کر لیتا ہے۔ سلینڈر پر نصب شدہ ڈک پلیٹ سے شبہ (Image) ربر کے کسل (Rubber Blanket) پر آف سیٹ (Offset) کر دی جاتی ہے جو ایک اور سلینڈر پر لچھا رہتا ہے اور جس پر الٹی شیر اتر آتی ہے۔ امپریشن سلینڈر (Impression Cylinder) کے نیچے سے ہو کر گزرنے والے کاغذ

مہربانی تک مہربانی تیزابی نقش (Deep Etched) کر دیا جاتا ہے۔ ایک خصوصی لیکر پرت (Lacquer Coating) شیبہ کو تیل بردار سطح عطا کر دیتی ہے تاکہ چھپائی کے دوران یہ روشنائی جذب کر لے۔ اس طرح مخصوص نقش دلی آف سیٹ تیار ہو جاتی ہے۔

آف سیٹ پلیٹوں کی اقسام (Varieties of Offset Plates)
ڈیپ ایچڈ (Deep Etched) پلیٹوں کے علاوہ مندرجہ ذیل قسم کی پلیٹوں کا بھی استعمال کیا جاتا ہے:

(1) سرفیس کوئٹڈ پلیٹوں (Surface Coated Plates) پر تال شدہ البومین (Undissolved Albumin) کی ایک سمکین پرت چسپی ہوئی ہوتی ہے۔ کاپی سے تکلیف ماننے کے دوران اسے ایکچوڑ کیا جاتا ہے اور پھر چھپ تصویر حاصل کرنے کے لیے کیسیادی طور پر ڈیپ (Develop) کر لیا جاتا ہے۔ نمکٹ اور لیکرنگ (Gumming and Lacquering) کے لیے ڈیپ ایچڈ والا طریقہ (Deep Etch Process) ہی اختیار کیا جاتا ہے۔ اس طرح اس سے 50,000 کاپیاں بخوبی تیار کی جاسکتی ہیں۔

(2) ڈرائی آفسیٹ پلیٹ (Dry Offset Plate) پر سے پرنٹ نہ کیا جانے والا حصہ (Non-printing Area) اس حد تک کاٹ دیا جاتا ہے (Etched Away) کہ ڈیمپنگ رولر (Dampening Roller) کی ضرورت باقی نہیں رہ جاتی۔ مگر یہ کوئی بہت مقبول چیز نہیں ہے۔

(3) زیر درگاہک پلیٹ (Xerographic Plate) اس طرح تیار کی جاتی ہے کہ پہلے فوٹو گرافی اور برق سکونی (Static Electricity) کے استعمال سے زیر درگاہک پلیٹ (خاص طریقہ سے چار شدہ دھات یا گندہ) پر شیبہ منتقل کر لی جاتی ہے اور پھر دوبارہ ایک دھات کی پلیٹ پر برق سکونی کے ذریعہ منتقل کر کے لوڈز (Fuse) کر دیا جاتا ہے۔ اس میں ظلم تکلیف یا دیگر مایاؤں (Liquids) کا استعمال نہیں کیا جاتا۔

(4) کثیر دھاتی (Multimetal) پلیٹوں کو کرومیم (Chromium)، تانبرہ اور آئین لیس انشیل کی پرتوں (Layers) سے تیار کیا جاتا ہے۔ سب سے اوپر کی کرومیم کی پرت کو غیر مہمکن حصہ کے طور پر کاٹ دیا جاتا

(Retouching) کے بعد ایک شفاف فلم پر کالکٹ پانچ (Contact Positive) تیار کر لیا جاتا ہے۔

لیٹر پریس اینگریونگ پریس (Letterpress Engraving Process) کی ہی طرح مسلسل ٹون آرٹ کو ہف ٹون میں تبدیل کیا جاتا ہے۔ اس کام کے لیے "بلواسط طریقہ" (Direct Method) یعنی تکلیف کی سطح پر پریس اسکرین (آر قو فلم) بروئے کار لایا جاتا ہے۔ مناسب انداز میں نوک پک دست کر لینے کے بعد شفاف فلم (آر قو) پر کالکٹ پانچ (Contact Positive) تیار کر لیے جاتے ہیں۔

بلواسط طریقہ (Indirect Method) میں ویکرو پک فلم (Panchromatic Film) پر جو تکلیف (Negatives) بنائے جاتے ہیں وہ ساز میں بہت چھوٹے ہوتے ہیں۔ یہ قدم نوعی قدروں والے رنگوں سے اصلاح کرنے کا موقع بھی پہنچاتا ہے۔ اور مطلوبہ ساز میں پانچ تیار کرتے وقت اسکرین لگانا پڑتا ہے (آر قو فلم)۔ پہلے والے طریقہ سے نسبتاً زیادہ واضح نتائج حاصل ہوتے ہیں۔

ان پانچ کو ایک شفاف اسٹراٹن شیٹ (Transparent Astralon Sheet) پر چسپاں (Positive Past-Up) کر دیا جاتا ہے۔ انھیں چسپاں کرنے کے لیے فرسے کے صفحات پر ایمپوزیشن اسکیم (Imposition Scheme) اور چنچ لے آؤٹ (Page Layouts) کے لیے آرٹ کی تیار کردہ ڈی (Dummy) کے مطابق سرورس پر شفاف شیپ (Transparent Tape) استعمال کی جاتی ہے۔ اگر صفحات چھوٹے ساز کے ہوں تو ایمپوزیشن کے ایک حصہ کی تکمیل بذات خود آرٹ ورک میں ہی کر لی جاتی ہے۔

اس کے بعد مندرجہ بالا پیٹ اپ کو خلا (Vacuum) کے تحت اس ڈنگ پلیٹ کے یکساں تماس (Uniform Contact) میں لایا جاتا ہے جس پر خصوصی دانے (Grains) موجود ہیں اور جس پر اب یکساں طور پر فوٹو گراہک (Photographic Emulsion) موجود ہے۔ اس پر جب پانچ سے اوپر تیز روشنی پڑتی ہے اور پھر اس کے بعد کیسیادی پروسیجرنگ کی جاتی ہے تو مہمکن رقبہ منت ہو جاتا ہے اور باقی ماندہ ایسٹن بہہ جاتا ہے۔ اس سے بہت زیادہ تعداد میں چھپائی کرنے کے لیے اسے 0.000002 ملی میٹر

آفسٹ طباعت کی مائیت

(Quality of Offset Impression)

- آفسٹ طباعت کبھی بھی لیٹر پریس والی چھپائی کی مانند ڈھانک (Bright) نہیں ہوتی کیونکہ اس میں طباعت کے دوران شیعہ (روشنائی) کمبل پر منتقل کی جاتی ہے۔ گہرے نون میں یہ کمزوری صاف جھلکتی ہے۔ کچھ پرنٹر سیاہ رنگ میں شدت حاصل کرنے کے لیے گہرے نون والے حصوں کے لیے سیاہ رنگ کے ایک اور اضافی رن کا استعمال بھی کرتے ہیں۔
- یہ طریقہ خصوصاً اسکا طباعت کے لیے نہایت موزوں رہتا ہے جس میں ہلکے نون والی پمپل کلروں کی چھپائی کرنی ہوتی ہے۔
- اس میں موجود وکلیٹنگ (Vignetting) اثرات سے چھپائی میں کسی طرح سانس کی پیدا نہیں ہوتے۔

- بڑے بڑے سائزر رنوں کی چھپائی یکساں طور پر کی جاسکتی ہے۔
- اس طریقہ طباعت سے پمپل کے انکچون کی چھپائی سب سے عمدہ طور پر کی جاسکتی ہے۔
- اس طریقہ سے چینی طور پر اصل پینٹنگوں (Original Paintings) کی بڑے سائز میں چھپائی کی جاسکتی ہے کیونکہ اس پر دس کے ذریعہ بڑی تعداد والے خصوصی رنگ کے شیڈوں (Shades) کی چھپائی کی جاسکتی ہے جن کی تعداد 10 تا 15 تک ہو سکتی ہے۔

لٹھوگرافی (Lithography)

یہ پلانٹو گراف (Planographic) طباعت کا سب سے قدیم طریقہ ہے جسے 1798 میں جرمنی کے شہر بیریوا (Bavaria) کے رہنے والے ایلوئس سینے فیلڈر (Alois Senefelder) نے ایجاد کیا تھا۔ اس میں بیریوا سے ملنے والے مہین دانے اور چھنے لائم اسٹون پر ہاتھ سے الفاظ اور تصویروں بنائی جاتی تھیں۔ اس طریقہ میں آئینہ کی الٹی شیعہ کی طرح سے تصاویر اور الفاظ کو چھنے (Grease Bound) کر کے پرنٹنگ سٹکس (Crayon Sticks) سے بنایا جاتا تھا۔ لیکن اس سے پہلے غیر چھنے (Non-greased) لال ربن بھیج کی مدد سے صحیح سائز والے رف انکچے سے آؤٹ لائن ٹریس (Trace) کر لی جاتی

ہے۔ کرومیم سے پلٹ کی مرطوبیں ہو جاتی ہے اور اس سے 2,50,000 سے بھی زیادہ کاپیاں تیار کی جاسکتی ہیں، تاہم کی وجہ سے پلٹ پانی خوب جذب کرتی ہے اور اسٹیل ایک مضبوط اور مستحکم بنیاد (Base) کی طرح کام انجام دیتا ہے۔ قیمتی پلٹوں کو صرف ایک مرتبہ ہی استعمال کیا جاسکتا ہے۔

(5) بلا واسطہ شیعہ (Direct Image) چٹکی چاک (Greasy Chack) یا رنگین کھریا (Crayon) سے دستی ڈرائنگ کے ذریعہ پلٹ پر ہتھوڑی جاتی ہے۔ یہ کام خاص قسم کے ربن سے ٹائپ رائٹنگ سے بھی انجام دیا جاسکتا ہے جیسے کہ سبکی ٹائڈز (Presensitised) پلاسٹک اور کانڈوں کی پلٹوں پر کیا جاتا ہے۔

رنگین طباعت (Colour Printing)

دورنگی طباعت کے لیے دو پلٹوں اور اس طرح دو رنوں (Two Runs) کی ضرورت ہوتی ہے۔ کثیر رنگی طباعت کے لیے پلٹوں کو، لیٹر پریس کی ہی طرح سے، زرد، لال، نیلے اور کالے کرسپریشن (Colour Separations) کے طریقہ سے تیار کیا جاتا ہے۔ پمپل پر رنگ میں کام آنے والے ٹیکسچر کے بجائے ان سے پانچ (Positives) بنا کر امپوزیشن (Imposition) کے مطابق اس انداز میں چپکا دیا جاتا ہے کہ وہ پریس ایک رن (Process Ink Runs) کے دوران مختلف رنگ۔۔۔۔۔ زرد، نیلا، (Magenta)، کیان (Cyan) اور بلیک۔۔۔۔۔ رجسٹر کرتے رہیں گے۔ تاہم اس طریقہ سے اصل تصویر کی ٹون (Tones) کی ہاریکڈ اور تقصیرات کو دکھانے کے لیے مختلف خصوصی رنگوں والے 5 سے 12 رن کا استعمال ایک معمولی بات ہو کر رہ گیا ہے۔ لیٹر پریس کے طریقہ سے ہاف نون ڈاٹ کی وجہ سے یہ بات ممکن نہیں ہو پاتی کیونکہ ہاف نون ڈاٹ مثبت کاری (Reliefs) کے طور پر کھدے ہوئے ہوتے ہیں اور چھنی طور پر کانڈ میں اثر جاتے ہیں۔ بہت مدھم ہونے کے باوجود بھی ان کی وجہ سے مزید طباعت کی مختصاں نہیں رہتی۔

تھے۔

- 10 سینٹی میٹر موٹے چمڑی کے تھامے اور اس پر کام کرنا ایک دشوار کام ہو جاتا تھا۔
- ہر کوئی کے چمڑے استعمال نہیں کیا جاسکتا تھا۔ لہذا چمڑوں کو در آمد کرنا کافی مشکل پڑ جاتا تھا۔

- انھیں اسٹور کرنے کے لیے بھی کافی جگہ درکار ہوتی تھی۔
- مجموعی طور پر یہ ایک سست عمل ہو جاتا تھا۔

چمڑے پر اپنی شیبہ بنانے والی ڈرائنگ سے ہی میکینیکل طور پر شیبہ منتقل کرنے کے تصور کو فروغ ملا یعنی اس طریقہ میں پہلے سیدھی تصویر بنائی جاتی تھی (آرٹ کو کسی قسم کی تصویر بنانے کی عادت بھی ہوتی تھی)۔ یہ تصویر خصوصی کاغذ پر ایک خصوصی چمڑی روشنائی کے ذریعہ بنائی جاتی تھی۔ جب یہ تصویر ہر دار کاغذ چمڑے کے تماس (Contact) میں آتا تو اپنی تصویر چمڑے پر منتقل ہو جاتی تھی۔ فوٹو گرافی کی ایجاد نے منتقلی کے معاملہ میں غیر یقینی حالت کو ختم کر دیا۔ اب کسی بھی کاغذ پر آرٹ کے ذریعہ روشنائی سے بنائی جانے والی سیدھی تصویر (آرٹ کو جس کے بنانے کی عادت ہوتی ہے) کو اپنے انداز میں آسانی سے چمڑے پر منتقل کیا جاسکتا تھا۔

فوٹو گرافی کے علاوہ رنگوں کی علیحدگی کے لیے ایجاد ہونے والے پوسٹرس اسکرینز اور کلر فلٹرز نے لہذا گرافک کے زیادہ تر کام کو میکینیکل بنا کر رکھ دیا ہے۔

تھی۔ ایک سے زیادہ رنگوں میں چھاپے جانے والے رنگین کام کے لیے رجسٹر مارک (Register Marks) استعمال کیے جاتے تھے۔ چمڑے شیبہ کے لیے واضح مدد دینی کرنے کے واسطے تیزاب کے شاور سے نقش تیار کیے جاتے تھے اور غیر شیبہ رقبہ پر گوند چھڑکے حس (Desensitised) کر دیا جاتا تھا تاکہ شیبہ کو پھیلنے سے روکا جاسکے۔

جب اس پر پانی کا پوت (Coat) پھیرا جاتا تو صرف غیر شیبہ رقبہ ہی پانی جذب کر پاتا تھا کیونکہ شیبہ ہر دار رقبہ پر تیل موجود ہو جاتا تھا۔ اس کے فوراً ہی بعد روشنائی ہر دار رولر (Ink Roller) صرف شیبہ ہر دار رقبہ پر روشنائی کی مہین پر تڑچا دیتے تھے کیونکہ غیر شیبہ رقبہ (پانی سے) کیلا ہو جاتا تھا، تیل والی روشنائی (Oily Ink) اور پانی ایک دوسرے میں نہیں ملتے۔ اس کے بعد جب چمڑے پر گوند کاغذ رکھ کر دباؤ ڈالا جاتا تو روشنائی ہر دار شیبہ کے نقش اس پر آتے تھے۔ ہر ایک صفحہ کو چھاپنے کے لیے یہی دور درازیا جاتا تھا۔

دشوائیاں (Disadvantages)

آرٹ کو تصاویر اور حروف کی خطاطی اگلے انداز میں کرنی پڑتی تھی۔ صرف ماہر کی آنکھ ہی تیزی سے غلطی کا پتہ لگا کر ان کی اصلاح کر سکتی تھی۔

- ماہر آرٹسٹوں کے ذریعہ رنگوں کو ملانے کی بھی ایک مدد ہوتی تھی یعنی ایک مقررہ مدد سے آگے دو لوگ بھی یہ کام انجام نہیں دے پاتے



گرے دیو پر چٹنگ (Gravure Printing)

گرے دیو ریلٹڈر کی کھدائی کرتا

(Engraving a Gravure Cylinder)

اس عمل کو مندرجہ ذیل اقدامات کے ذریعہ آسانی سے سمجھا جاسکتا ہے:

(1) سیاہ مریوں کے گرے دیو اسکرین (Grid) کو ایک شٹاف کاٹیج سے پلیٹ (Sheet of Clear Glass) پر چمپ لیا جاتا ہے۔

(2) غلطی یا سیل کی دیواروں (Cell Walls) کو تشکیل دینے والے حصوں کو سخت بنانے کے لیے خصوصی طور پر ایملشن برادر (Special Emulsified) کاغذ کو اوپر بیان کردہ طریقہ سے ایکسپوز کر لیا جاتا ہے۔

(3) طبع کیے جانے والے فلم پازٹیف (Film Positives) سے روشنی گزار کر اسکرین شدہ ایملشن (Emulsion) کو ایکسپوز کر لیا جاتا ہے۔ اب صرف سخت پارٹیشن دیواروں (Hardened Partition Walls) کی جگہوں کے درمیان موجود ایملشن میں ہی سختی پیدا ہوتی ہے اور یہ سختی واقع روشنی (Incident Light) کی فوکل قدروں (Tonal Values) کے تناسب ہوتی ہے۔

(4) اب ایملشن والے حصہ کو سیلڈر کی سطح پر چسپاں کر دیا جاتا ہے اور سب گرم دالہ پاتھ (Hot Water Bath) میں کاغذ کو (سیلڈر سے) علیحدہ کیا جاتا ہے تو یہ کاغذ مختلف گہرائیوں والے سخت اور خشک سیلوں کے نقش برادر ایملشن کو چھوڑ جاتا ہے۔

(5) اس کے بعد تیزاب کا استعمال کیا جاتا ہے۔ تیزاب ایملشن میں موجود سیلوں کے درمیان کٹ کر اسے اور قسادی گہرائیوں (Corresponding Depths) تک تانبہ کو کھود کر (کٹ کر) رکھ دیتا ہے۔ اصل (Original) کے تاریک حصوں کے لیے پانڈیو سے ہو کر کم روشنی گزر پاتی ہے اسی لیے ایملشن کی کم مقدار ہی سخت ہوا پاتی ہے۔ پورے سیلڈر کے لیے اسٹیک

اس طریقہ طاعت میں تانبہ کے سیلڈر (Copper Cylinder) کی تیزابی کھدی ہوئی سطح (Etched Surface) کے غالی حصوں کو استعمال کیا جاتا ہے۔

تیزابی کھدائی یا اسٹیک (Etching) کو ایک ایسی یکساں سطح نماگرڈ (Grid) پر پھیلا دیا جاتا ہے جس پر ایک مربع سینٹی میٹر میں تقریباً 3,600 سیل (Cells) ہوتے ہیں۔ جہاں نسبتاً گہرے ٹون والی اقدار (Dark Tonal Values) درکار ہوتی ہیں وہاں گہری تیزابی کھدائی (Etching) کی جاتی ہے اور جن حصوں کو اجاگر کرنا ہوتا ہے وہاں تقریباً فیصلے کے برابر تیزابی کھدائی کی جاتی ہے۔ یہ کام فوٹو کیمسٹری (Photo Chemistry) کی مدد سے کیا جاتا ہے۔ روشنی پانی کی طرح پھیلتی ہوئی ہے۔ اسے ایک تنگی (Tank) میں بھر کر مسلسل ہلاتے رہتے ہیں تاکہ ٹون میں یکسانیت رہے۔ اس میں کیماوی طور پر یہ خصوصیت بھی موجود ہوتی ہے کہ کھدے ہوئے اسطوانہ (Etched Cylinder) سیلوں میں روشنی فوراً ہی بھر جاتی ہے اور جیسے ہی کاغذ کے تماس (Contact) میں آتی ہے تو پوری طرح کاغذ پر انڈیل دی جاتی ہے اور روشنی کا ذرا سا بھی حصہ باقی نہیں بچ پاتا۔

سیلڈر کی سطح میں موجود تمام سیل ٹنگی میں موجود روشنی جذب کر لیتے ہیں۔ روشنی کی ناقص مقدار کو ایک سیدھی دھار والے ڈاکٹر بلڈ (Doctor Blade) کے ذریعہ پونچھ کر صاف کر دیا جاتا ہے۔

اس کے بعد سیلڈر کی سطح کے تماس میں جو کاغذ آتا ہے وہ نفوذ شدہ خط (Diffused Dots) کی شکل والے سیلوں سے روشنی جذب کر لیتا ہے۔ سب سے زیادہ گہرائی والے سیل سب سے زیادہ تاریک ہوتے ہیں۔ ان کی گہرائی جیسے جیسے کم ہوتی جاتی ہے دیے دیے یہ ہلکے ہوتے جاتے ہیں۔ اس طرح آرٹ وک کے مطابق ہی فوکل تغیرات (Tonal Variations) بھی نمایاں ہوتے چلے جاتے ہیں۔

اسی لیے لائن آرٹ کے لیے ان سیلوں کی کھدائی سب سے گہری اور یکساں انداز میں کی جاتی ہے۔

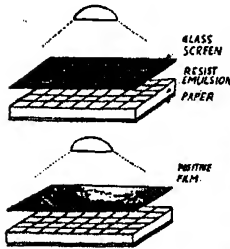
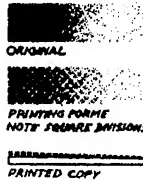
والا تیزاب کم گہرائی کھدائی کرتا ہے۔

(6) اس کا نتیجہ یہ ہوتا ہے کہ ایسے سیلوں کا مطلوبہ نقش بن جاتا ہے جن کی گہرائی پانچویں نوٹس قدروں کے متناسب ہوتی ہے۔

مدت (کھدائی کی مدت) مقرر شدہ یا مستقل (Constant) ہوتا ہے۔ کم سخت حصہ سے گزرتا ہوا تیزاب تیزی سے کاٹ کرتا ہے اور اس کا نتیجہ یہ ہوتا ہے کہ وہ تانبہ میں زیادہ گہرائی تک کھدائی کرتا ہے۔ اسی طرح کم تاریک حصوں میں سخت حصوں کی موٹائی زیادہ ہوتی ہے اور اس سے ہو کر گزرنے



TWO VARIATIONS OF THE GRATURE SCREEN



والے ایسے میگزینوں کے لیے کیا جاتا ہے جن میں کئی کئی رنگوں کی طباعت درکار ہوتی ہے۔

لہائی اور مہنگی ایچنگریٹنگ پریسوں کی وجہ سے اخبارات کی طباعت کے لیے اسے اس کی رفتار تیز ہونے کے باوجود بھی فوری نہیں دی جاتی۔ اس ترکیب سے لیٹر پریس روٹیری (Letterpress Rotary) کی مانند ٹیکسٹ ٹائپس (Text Types) بھی زیادہ سافٹ نہیں چھپتے۔ کم مہنگی میٹس (Less Costly Mats) اور سستے نیوز پرنٹ کے استعمال سے گرسے دیرپا ایک دھاری (Edge) چڑھ جاتی ہے۔

● ہمیشہ ہال فون (Intaglio Half Tone) گرسے دیرپا پر تنگ کا جدید ترین طریقہ ہے۔ اس میں گہرے علاقوں / حصوں میں عمود قدریں (Better Values) حاصل کرنے کے لیے مطلوب مسلسل ٹون تشریحات (Continuous Tone Illustrations) کے لیے مختلف سائز اور گہرائی کے سیل بنائے جاتے ہیں۔

گرسے دیرپا طباعت کی مہارت

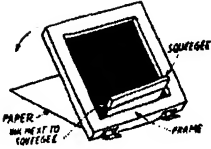
(Quality of Gravure Impression)

● لائن آرٹ کے لیے گرسے دیرپا طباعت بھی تیز دھار (Sharp Edged) نہیں ہوتی۔ اس کی وجہ وہ گروسے جس کی بنا پتلی روشنائی (Thin Ink) کو قضاے رکھنا مشکل ہوتا ہے۔ ڈاٹس (Dots) بہت زیادہ چھپتے (Sharp) نہیں ہوتے کیونکہ کاغذ کی فطرت اور گرسے دیرپا روشنائی کی یکساں پائی مہارت کے سبب روشنائی ہر ایک ڈاٹ تک پھیل جاتی ہے اور اس طرح آس پاس کے ڈاٹ کے مابین واقع خلا کو پُر کر دیتی ہے۔ فوٹو گرافوں یا پیمچنگوں کی مانند اصل آرٹ (Original Art) کے مسلسل ٹون کا سا احساس پیدا ہوتا ہے۔

● اس پریس کا میک ریڈی اسٹیج (Makeready Stage) تک لازمی نتیجہ زیادہ لامنت کی شکل میں 100 سے کیونکہ اس کام میں مہارتی مہرید گماں کافی ہیں۔ پر تنگ کی شرح تقریباً 25,000 کاپیاں فی گھنٹہ ہوتی ہے اس لیے اس کا استعمال زیادہ تر ہال فون کے لائبروں (Longruns of Half Tone)

سilk اسکرین پر چٹک

[Silk Screen Printing (Serigraphy)]



ٹائپ کے صفحات کو ترتیب سے رکھتے اور فرسے میں جمائے کا خیال نہ رکھا جائے) تو پانچویں کو شفاف جیٹ اپ (Paste Up) کے طور پر چھپتے کیا جاسکتے ہیں۔

اسکرین ایک مخصوص انداز سے بنا ہوا سٹک کا تھو (ٹائبلان) ہوتا ہے جس میں یکساں فاصلہ پر ایک سینٹی میٹر میں 100 تا 160 دھانے موجود ہوتے ہیں۔ اسے چکانے والے سامان (Adhesive) کی مدد سے کسی لکڑی یا پائپل سے فریم پر تان دیا جاتا ہے۔ اس اسکرین کو نمایاں فرق (High Contrast) والے فیوٹی حساس ایملشن (Photosensitive Emulsion) سے پٹ دیا جاتا ہے جو فوراً ہی سوکھ جاتا ہے۔ پھر اسے پانچویں سے گزرا تیز روشنی ڈالی جاتی ہے۔ ایکسپوز شدہ علاقے سخت ہو جاتے ہیں۔ اسٹینسل کو چھپائی کے لیے تیار کرنے کی غرض سے غیر ایکسپوز شدہ حصوں کو گرم پانی سے دھویا جاتا ہے۔

طہاعت (Printing)

فریم کو میز پر ایک طرف قبضوں میں کس دیا جاتا ہے۔ فریم پر اسکرین، میز کے رو برو ہوتا ہے۔ میز پر دو کاغذ رکھا جاتا ہے جس پر نقوش چھاپے ہوئے ہیں۔ فریم کے کوڑے کنارے پر چھپوس روشنائی انڈر لی جاتی ہے۔ جب فریم کاغذ کے تماس (Contact) میں لایا جاتا ہے اور ربر کے سیدھے ٹکڑے (Squeegee) کی مدد سے روشنائی اسٹینسل میں سے گزاری جاتی ہے تو اسٹینسل کے نقوش کاغذ پر مروج ہو جاتے ہیں۔ فریم کو اوپر اٹھایا جاتا ہے پھر نیچے رکھے مثقل کاغذ کو سوکھنے کے لیے پھیلا دیا جاتا ہے اور اس کی جگہ دوسرا کاغذ (رجسٹر پتوں کی مدد سے) رکھ کر دوسرا از سر نو

یہ خاص طور پر لائن ورک کے ری پروڈکشن کرنے کا طریقہ ہے۔ نہایت ہارک ہاف ٹون نقوش (Dots) سے بھر جاتی ہے اور کمروری اور بظاہر اچھی مکر اصل میں بڑی خراب شبیہ بن جاتی ہے۔

یکساں اور نہایت ہارک لائنوں کا نتیجہ بھی نیکے نقوش میں برآمد ہوتا ہے تاہم روشنائی سوئی نہ کی شکل میں جمع ہو جاتی ہے اور اس لیے اس سے تشکیل پانے والی اشکال غیر شفاف اور گھٹی دانے دار بنتی ہیں جو اچھے ڈیزائنوں کی وجہ سے بہت نفیس دکھائی دیتی ہیں۔ اس لیے اس ترکیب سے فائدہ اٹھا کر باوقار کام انجام دیے جاسکتے ہیں اور کتابوں، رسالوں اور پمفلٹوں جیسی چیزیں، ٹیلی شیٹ کور، گریٹنگ کارڈ وغیرہ چھاپے جاسکتے ہیں۔ یہ طہاعت ایسی سطحوں پر بھی کی جاسکتی ہے جہاں دیگر طریقے کام نہ رہے ہوں یعنی اس طریقہ سے شیشے، پلاسٹک، دھات، بانڈنگ کاغذ (Binding Cloth) ہرگز وغیرہ پر چھپائی کی جاسکتی ہے۔

کاپی (Copy)

الفاظ اور تصاویر دونوں کو یکساں ریڈی کاپی (Camera Ready Copy) کی شکل میں جمع کرنے کی ضرورت ہوتی ہے۔ تصاویر اور نقوشات ٹھوس (Solid) علاقوں اور لائن سے تشکیل دی جاتی ہیں۔ کمروری ہاف ٹون اسکرین (15 لائنیں فی سینٹی میٹر یا اس سے کم) سے کارآمد نتائج پیدا ہوتے ہیں جو اس بات کی طرف دلالت کرتے ہیں کہ شبیہ کو پچھاننے کے لیے ری پروڈکشن (Reproductions) کا کافی بڑے سائز کے ہونے چاہیے۔

اسکرین کی تیاری — پر چٹک فرسے

(Screen Making — The Printing Forme)

ہر دس کیرے کی مدد سے مطلوبہ سائز کے ٹکلیہ تیار کیے جاتے ہیں۔ ٹکلیہ پر چٹک (Contact Printing) کے ذریعہ شفاف پانچویں بنائے جاتے ہیں۔ اگر آرٹ ورک میں امپوزیشن اسکیم کا خیال نہ رکھا جائے (یعنی

دور را یا جاتا ہے۔

(Static Electricity) سے باردار (Charged) رہ جاتے ہیں۔

(2) شبیہ والے علاقے سے مثبت باردار رحمت کا پاؤں چپک جاتا ہے۔ کیونکہ مثبت اور مثبت بار ایک دوسرے کی جانب کشش (Attract) ہو جاتے ہیں۔

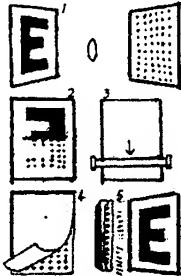
(3) برقی ہار کی مدد سے رتکین شبیہ، مطلوبہ کاغذ پر تماس کے ذریعہ منتقل (Contact Transfer) کر دی جاتی ہے۔

(4) شبیہ بردار کاغذ کو پھیل کر اتار دیا جاتا ہے۔

(5) حرارت کی مدد سے شبیہ فکس کر دی جاتی ہے یعنی اسے مستقل نوعیت والی بنا دیا جاتا ہے۔

یہ ایک تیز رو طریقہ ہے۔ مثال کے طور پر زیر اس پر خشک مشین سے تقریباً ایک لمبے میں ایک کالی کے نتائج حاصل ہو جاتے ہیں۔ اس سے غیر مطبوعوں پر طباعت کرنے کا امکان بھی موجود ہے یعنی اس طریقہ سے حکمن بردار بھیہ بورڈ اور کپڑے وغیرہ پر چھپائی کی جاسکتی ہے۔

اوپر جو طریقہ بیان کیا گیا ہے اس سے صرف ایک ہی رنگ کی چھپائی کی جاسکتی ہے۔ رنگین پر خشک (Colour Printing) کا طریقہ بہر حال ابھی تک ایجاد نہیں ہوا ہے۔



بجئے قلیت رنگ (Flat Colour) اصل ڈیزائن میں موجود ہوتے ہیں رنگین کام کے لیے اسٹے ہی اسکرین بنائے ہوتے ہیں۔ چھپائی کو پوری طرح موکے میں 24 گھنٹے بھی درکار ہو سکتے ہیں۔ حالانکہ اس کام کے لیے میک نائزڈ گجٹس (Mechanised Gadgets) بھی ایجاد ہو چکے ہیں مگر بہر حال یہ ایک سست رفتار عمل ہے اور تیار ہال کو سکھانے کے لیے بڑے رقبے والی جگہ کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس لیے یہ طریقہ چھوٹے پیمانے کی طباعت (اسکرین پر خشک) کرنے کے لیے ہی مناسب ہے۔ 100cm x 200cm والے بڑے اسکرین بھی کوئی بار اسکرین نہیں رو گئے ہیں۔ دیگر طریقوں میں چھوٹے پیمانے کے کام کے لیے بلاکوں (Blocks) یا آفیسٹ پلیٹ کی تیار بہت مہنگی ثابت ہوئی۔ اس طریقہ (Process) کا استعمال کم تعداد والی اور خوبصورت پر خشک کے لیے کیا جاتا ہے۔

الیکٹروفوٹو گرافک پر خشک

(Electrophotographic Printing)

یہ ایک ایسا طریقہ ہے جس میں کیمیائی پروسیسنگ (کیمیائی ڈیولپر (Chemical Developers) اور فیکسٹس (Fixatives) سے تکلیف اور پانچویں تیار کی اسے کم لینا دینا نہیں ہو تا اور شاید یہ ایک ایسا طریقہ بھی ہے جسے اختیار کر کے مستقل طباعت شدہ کاپیاں تیز رفتاری سے تیار کی جاسکتی ہیں۔ اس میں اختیار کیے جانے والے اہم اقدامات ذیل میں بیان کیے گئے ہیں:

- (1) ایک مخصوص سطح کو مثبت برقی بار (Positive Electric Charge) دے دیا جاتا ہے۔ جب اسے تکلیف شدہ ڈیزائن (Projected Design) کے رو بردار لایا جاتا ہے یعنی ایکسپوز (Expose) کر لیا جاتا ہے تو روشن علاقے (Lighted Areas) بار (Charge) کو تبدیل (Neutralise) کر دیتے ہیں۔ صرف شبیہ والے رقبے برقی سکونی

ٹائپ اور حروف سازی (Types and Lettering)

(Larger) ہونے ہیں جن میں مضمون کا متن تحریر ہوتا ہے۔ اس کی بنیاد (Base) اونچائی (Height) والی پہلی لائن کی بنیاد (Base) سے ملا ہوا ہوتا ہے۔ پیرا گراف میں حروف سینچے کھڑے دکھائی دیتے ہیں۔ یہ ابھرواں حروف پیرا گرافوں کے درمیان سفید جگہ (White Space) بناتے ہیں۔

ٹائپ فیس (Typefaces) کے ڈیزائن اور ان کے مختلف ساز قاری سے فلف سطحوں پر ربط قائم کرنے کے مواقع فراہم کرتے ہیں۔ حقیقت تو یہ ہے کہ حروف کا ڈیزائن الفاظ میں ایک ثانوی حیثیت پر کر دیتا ہے۔

ساز کو مد نظر رکھتے ہوئے کوئی بھی ڈیزائن، ٹائپ کے دو ٹروپوں کا حلاشی رہتا ہے:

- سرخی یا پتلے ٹائپ (Heading or Display Types): ان کا سائز بڑا اور مقصد یہ ہوتا ہے کہ قاری کی توجہ ان کی جانب مبذول ہو جائے۔
- بڈی ٹائپ (Body Types): یہ پیغام کے متصل متن کو تحریر کرنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔

ٹائپ سیٹ بڈی کاپی (Typeset Body Copy)

ہم سب سے پہلے یہ بتائیں گے کہ ٹائپ سیٹ بڈی کاپی (Typeset Body Copy) میں کون کی نمایاں خصوصیات ہونی چاہئیں اور ڈیزائنر انہیں پیدا کرنے میں کس طرح کا سیلاب ہوتا ہے: یہ بیان کیا جائے کہ مصنف نے مضمون تحریر کرنے میں موزوں الفاظ منتخب کیے ہیں اور اس میں کسی قسم کی کوئی غلطی نہیں کی ہے۔

حسن تحریر (Readability): اس سے زیادہ اہم اور کچھ نہیں ہو سکتا کہ

الفاظ (حروف) کی وضع قطع کے لیے ڈیزائنر کس چیز کا حلاشی رہتا ہے؟

تکثیف شدہ حروف (Condensed Letters): یہ وہ حروف ہوتے ہیں جو اپنی اونچائی کے مقابلہ چوڑائی میں ایک دوسرے سے زیادہ کچھے ہوئے اور نزدیک نزدیک ہوتے ہیں۔ اس طرح جالا لاکہ ایک سطر میں زیادہ الفاظ لکھے جاسکتے ہیں مگر انہیں پڑھنے میں آکھوں پر زور پڑتا ہے۔

توسیع شدہ حروف (Expanded Letters): اس حرف سے لکھی ہوئی کوئی مسلسل تحریر پڑھنے سے بھی آنکھوں پر زور پڑتا ہے کیونکہ ان الفاظ کو آنکھ ایک دم سے پہچان نہیں پاتی۔ تاہم اس طرح کے الفاظ بائیں سمت سے دائیں سمت کی جانب زیادہ زور دیتے ہیں۔ ان کے لیے زیادہ چوڑے کالموں کی ضرورت ہوتی ہے اور ایک سطر میں کم الفاظ آتے ہیں۔

جسپ سیٹ لائنیں (Typeset Lines): یہ لائنیں دائیں طرف کو جھکی ہوئی ہوتی ہیں، قاری کو انہیں پڑھنے میں بھی دشواری ہوتی ہے کیونکہ مسلسل پڑھتے ہوئے قاری کی نگاہ جب ایک سے دوسری لائن پر آتی ہے تو پڑھنے میں دشواری محسوس ہوتی ہے۔

پیرا گراف کا پہلا حرف ڈراپ لٹلر (Drop Letter) ہوتا ہے جو اکثر اس تحریر کے مقابلہ دونوں جلی ہوتا ہے جس میں مضمون کا متن تحریر ہے۔ اسے اس انداز میں لکھا جاتا ہے کہ یہ پیرا گراف میں جذب ہوتا ہوا مٹا محسوس ہو تا ہے۔

ابھرواں حروف (Raised Letters) بھی بڑے (Capital) اور ان حروف سے بڑے

بے ترتیب فاصلوں کے سبب ایک طرح سے دوسری طرح پر آسانی سے نہیں جلتی۔ اس سے پڑھنے میں پریشانی ہوتی ہے۔

عام طور پر اشتہاری علامات میں دونوں جانب کی بے ترتیبی سے کام لیا جاتا ہے۔

• دوڑ (Widows) — ہر اگرالف کی آخری طرح میں ہانچ کیریکٹروں (Characters) سے کم کی موجودگی سے چٹا چاہیے۔

• عمومی طور پر سیریل ٹائپ (Serifed Types) میں حسن تحریر زیادہ ہوتا ہے کیونکہ فوری پیکان میں آجانے کے لیے ان میں انگریزی کردار (Individual Character) زیادہ ہوتا ہے۔ ٹیس سیرف (Sans Serif) شاید زیادہ سادگی والی یکسانیت سے نہ نظر آتے ہیں اور اسی طرح نظر آنے والے اسٹروک (Strokes) پکھلتے میں شاید زیادہ دشواری پیدا کرتے ہیں۔

مناسب ٹائپ کے انتخاب سے پیغام کے موڈ (Mood of a Message) کی عکاسی کی جاسکتی ہے۔ ٹائپ سٹیک کی مذکورہ بالا مثالوں میں سے کون سی مثال پیغام کے قریب ترین پیچیدہ قرار دی جاسکتی ہے؟ عام طور پر یہ کوئی بہت اہم قسم کی چیز نہیں ہے کیونکہ اس بات کا انحصار اس چیز پر ہوتا ہے کہ ہر طرح کے پاس کس قسم کے بڑی ٹائپ فیس (Body Typefaces) موجود ہیں۔

☆ یہ غیر جانب دارانہ موڈ خیال کے یا ترسیل (Transmission) کی ایک بہتر صورت ہے کیونکہ انھیں ٹائپ فیس کو کوئی دوسرا مشہور بھی استعمال کر سکتا ہے۔

☆ روٹناتی کے رنگ کو تبدیل کرنے کے علاوہ ابتدائی ڈراپ حروف (Initials Drop Letters)، امجرواں حروف (Raised Letters) یا بے حروف میں سٹیک (Setting in Caps)، بولڈ فیس (Bold Face)، ایٹیکس (Italics)، پیمانہ کی تبدیلی (Change of Measure)، ٹائپ سائز کی تبدیلی، سٹیک کی بے ترتیب شکل (Irregular Shape of the Setting) بھی موڈ تبدیل کرنے کے طریقے ہیں۔

الفاظ تیزی سے سمجھ میں آجائیں اور قاری جیسے جیسے تحریر پڑھتا جائے دیکھ دیکھ اسے تحریر کا مطلب سمجھ میں آتا چلا جائے، یہ خصوصیت پیدا کرنے کے لیے:

☆ الفاظ بہت زیادہ قریب لکھے ہوئے نہ ہوں۔

☆ الفاظ نہ تو بہت گہرے ہوں اور نہ بہت زیادہ پھیلے ہوئے۔

☆ تمام کپٹل (Capitals) میں بڑے حروف والے اور کس حروف (Lower Case Letters) کو ترجیح دی جاتی ہے اسی لیے آٹھویں، نویں پڑھنے کی عادی ہوتی ہیں۔

☆ ذیلی موازنہ سے مضمون کا متن سمجھنے میں آسانی ہوتی ہے۔ اس لیے اسے سنجیدہ ہوں کہ ان کی جانب واجب طور پر توجہ مبذول ہو جائے۔

☆ ابتدائی حروف یا قوافیرواں ہوں یا ڈراپ (Raised or Dropped)۔ پھر پیلے ہی اگرالف کا پہلا حرف کپٹل (Caps) میں سینٹ کیا جاتا چاہیے۔ اس قسم کی ترکیبوں سے سرفی پڑھنے کے بعد قاری کو مزید مضمون پڑھنے کی طرف مائل کرنے میں مدد ملتی ہے۔

اب تین مختلف طریقوں سے کاپی سینٹ کرنے کی ضرورتیں اور خامیاں ملاحظہ ہوں:

(1) دونوں اطراف طرح میں ٹائپ فیکس جھیلانی جائے (دائیں اور بائیں جانب قطار بند طرح)۔ سب سے زیادہ مقبول طریقہ ہے اور کہیں نہ کہ اس پر عمل کرنا سب سے آسان رہتا ہے تاہم الفاظ کے درمیان فاصلوں میں باقاعدگی نہیں رہ جاتی۔ بہت زیادہ چوڑے الفاظ کا انتہائی برآمد ہوتا ہے۔ اس سے اجتناب کرنا چاہیے۔

طرح میں آخری الفاظ کے نشانات الحاق (Hyphenation) صحیح ہونے چاہئیں۔

(2) صرف بائیں جانب قطار بند (Aligned)، داہنی جانب بے ترتیب (Irregular) الفاظ کے درمیان برابر فاصلہ ہوتا ہے اور عملاً نشانات الحاق (Hyphenation) لگانے سے اجتناب کیا جاتا ہے۔

(3) بائیں جانب والی قطار بندی سے آٹھ کو یہ دشواری ہو جاتی ہے کہ وہ

تکنیکی اہمیت (Technical Consideration)

پرنٹ ٹائپ ری پروڈکشن کے لیے ندرج ذیل باتوں کی اہمیت ہے:

☆ رجورس پر ٹنگ کے لیے بہت زیادہ غلی ٹائپ (Too Thin)

(Types) مناسب نہیں رہتیں (فوس پس منظر (Solid Background) میں سفید حروف رہی۔)

☆ گرے وچر (Gravure) اور سکا: (سکرین پرائیس (Silk Screen Processes) میں سیرفڈ ٹائپ فیس (Serifed Type) Faces) کی چمک دکھانے جاتی ہے۔

☆ یکساں وزن کے لیے رتقن شدہ ٹائپ کو سیاہ رنگ کی ٹائپ کے

مقابلہ زیادہ وزنی ہو نا چاہیے۔

☆ لیٹر پریس میں حروف کو بہت قریب قریب لکھا ممکن نہیں ہوتا۔

اس کے لیے آرٹ ورک اور اینکریجنگ کی ضرورت ہوتی ہے۔

☆ دیگر پرویز کے لیے آرٹ ورک ضروری ہوتا ہے۔ اس لیے

حروف کو کسی بھی جگہ رکھنے یا لکھنے کے معاملہ پر قابو پایا جاسکتا

ہے۔

☆ لیٹر پریس میں متن (Text) کے لیے عام طور پر اینکریجنگ سے

پر ٹنگ اتنی عمدہ نہیں ہوتی جتنی سیدھے طور پر کی جانے والی

ٹائپ سے رہتی ہے۔

فراہمی (Availability)

بڑی کاپی کے لیے ٹائپ کے انتخاب میں تخلیق کا دارو مدار

پر ٹروں کے پاس موجود ٹائپ تک ہی محدود رہتا ہے۔ خصوصی طور پر لیٹرڈ

بڑی (Lettered Body) کی مثالیں تو شاید نادر ہی دیکھنے میں آتی ہیں۔

کاپی فٹنگ (Copyfitting)

یہ ایک ایسا طریقہ ہے جس میں یہ معلوم کیا جاتا ہے کہ دیا ہوا

مضمون (کاپی) اگر کسی خاص ٹائپ فیس میں سیٹ کیا جائے تو آیا وہ فراہم

کردہ لے آؤٹ جگہ میں آئے گا یا نہیں۔

ہر ایک ٹائپ فیس میں (چاہے وہ یکساں سائز والی ہی کیوں نہ ہو)

ٹائپ کیریکٹر (Type Character) کی اوسط چوڑائی مختلف ہوتی ہے اور ہر

ایک کے لیے کیریکٹر کاؤنٹ ٹیبل (Character Count Table) ہوتی ہے

(جیسا کہ آگے دکھایا گیا ہے) اس ٹیبل سے کیریکٹروں کے وہ نمبر پڑے

جاسکتے ہیں جو دیے ہوئے پیمانہ (Measure) میں فٹ ہو جائیں گے۔

کاپی فٹنگ ٹیبل کیسے استعمال کریں؟

(How to Use Copyfitting Tables)

(1) ٹائپ تحریر شدہ کاپی (Type-written Copy) کے لیے

(i) مسودہ میں ہر ایک پیراگراف کے لیے الگ الگ کام کریں۔

(ii) پیراگراف میں واقع کیریکٹروں کی تعداد گن لیں۔ کیونکہ ٹائپ میں

تحریر کردہ ہر ایک کیریکٹر کی چوڑائی یکساں ہوتی ہے اس لیے رولر (Ruler) کے

استعمال سے تفتیش میں سہولت ہو جائے گی۔

معیاری ٹائپ رائٹر (Standard Typewriter) میں

10 کیریکٹر (Characters) = 1"

ایلیٹ ٹائپ رائٹر (Elite Typewriter) میں

12 کیریکٹر (Characters) = 1"

(iii) پیمائش اور ٹائپ فیس کا فیصلہ کریں (طے کریں)۔ مثال کے طور پر

13cm کے لیے ٹائپس رومن (Times Roman) میں کیریکٹر کتنی

(Count) 34 ہے۔ پیراگراف کے کیریکٹروں کی کل تعداد کو 34 سے

تقسیم کیا جائے تو اس سے آپ کو یہ معلوم ہو جائے گا کہ ایک کاپی میں کتنی

سطریں آئیں گی۔

(2) ہاتھ سے تحریر کردہ کاپی کے لیے (For Hand-written Copy)

(i) پیراگراف کے حساب سے کام کیجیے۔

(ii) پیراگراف میں موجود الفاظ کو گن لیں۔ 6 سے ضرب دیں (اوسطاً

انگریزی حرف 5 کیریکٹروں کا ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ جگہ)۔ اس سے آپ

کو کیریکٹروں کی تعداد معلوم ہو جائے گی۔

(iii) اس کے بعد ٹائپ تحریر شدہ کاپی (Type-written) والا طریقہ اختیار

کریں۔

(3) ٹائپ ایریا کی گہرائی معلوم کرنا

(To Find the Depth of Type Area)

ٹائپ لائنوں کے تعداد کو بڑی سائز سے ضرب کر کے لینڈنگ کو
جمع کر دیا جائے اور پھر 12 سے تقسیم کر دیا جائے (pts) تعداد cms میں ہو۔
اس طرح cms میں ہی جواب ہوگا:

مثال: اگر کاپی 7 لائنیں بنتی ہے اور مواد (Matter)
12 ٹائپس روومن میں 10 پر سیٹ کیا جائے تو

$$17 \times (10 + 2) = 17 \text{ ems} = 2 \frac{5}{6}'' = 9.2 \text{ cms.}$$

12

| SIZE IN POINTS | | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | CHARACTERS EMS |
|--------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-------------------|
| UNIVERS Medium | 8 | 17 | 20 | 23 | 27 | 30 | 33 | 37 | 40 | 43 | 46 | 50 | 53 | 56 | 59 | 63 | 66 | 69 | 73 | 76 | |
| | 10 | 13 | 16 | 18 | 21 | 23 | 26 | 28 | 31 | 33 | 36 | 38 | 41 | 43 | 46 | 49 | 51 | 54 | 56 | 59 | |
| | 12 | 11 | 13 | 15 | 17 | 19 | 21 | 23 | 25 | 27 | 29 | 31 | 33 | 35 | 37 | 39 | 41 | 43 | 45 | 47 | |
| TIMES ROMAN Medium | 8 | 16 | 19 | 22 | 26 | 28 | 32 | 35 | 38 | 41 | 44 | 47 | 51 | 53 | 57 | 60 | 63 | 66 | 70 | 73 | CHARACTERS EMS |
| | 10 | 13 | 16 | 18 | 21 | 24 | 26 | 29 | 32 | 34 | 37 | 40 | 42 | 45 | 48 | 50 | 53 | 56 | 58 | 61 | |
| | 12 | 11 | 13 | 15 | 17 | 19 | 21 | 24 | 26 | 28 | 30 | 32 | 34 | 37 | 39 | 41 | 43 | 45 | 48 | 50 | |

ڈپلے ٹائپ اور حروف سازی

(Display Types and Lettering)

Mell Bold
Wolf Antiqua Ametia
GIORGIO
Windth. Emphasis
SCOTFORD UNICIAL
ROSLIN ELLEN
Andrich Minerva
Egyptian 505
LINCOLN GOTHIC
DAVIDA BOLD
TONIGHT
Times Modern
Swash

Shown above are only a few of the many display typefaces showing their names. Type foundries vie with one another in producing new typefaces.

melt
STRETCH
FLUIDICS
(dramatic)
CRACK
SPRING SUMMER

اس کالم کے سامنے کچھ ڈپلے ٹائپ فیس دکھائے گئے ہیں۔ ان سے کچھ نام لکھے گئے ہیں۔ نئے ٹائپ فیس کو ایجاد کرنے کے معاملے میں ٹائپ حصار خانے ایک دوسرے سے مقابلہ آرائی کرتے رہتے ہیں۔

ڈپلے ٹائپ کی اولین مطلوبہ خصوصیت کارٹین کی توجہ اپنی جانب مبذول کرانا ہوتی ہے۔ اس کی ایک وجہ یہ ہے کہ عنوان کو پیغام کے متن سے متعارف کرانا ہوتا ہے۔ دوسرا سبب اسی صوف پر موجود دیگر بیانات کی سرخیوں سے مقابلہ آرائی کر کے اپنی جانب توجہ مبذول کرنا ہوتا ہے اور یہ بات افہامات اور میگزینوں میں اکثر دیکھنے میں آتی ہے۔ اس کاسب سے عام طریقہ حروف کے سائز کو بڑھا دینا ہوتا ہے۔

• اپنی ظاہری وضع قطع یعنی الفاظ کے ذریعہ ان کے ذریعہ ذہنی اثر پڑنے پر کی خاطر سرخی کارڈ مقرر کرنا ہوتا ہے۔

فصوسی گیر کثیر والے الفاظ کا انتخاب کیا جاتا ہے تاکہ نئی بات پیش کرنے کے انداز میں معنی خیز اثر پڑنے پر کی اور سوڈ میں اضافہ ہو جائے۔

• پر تنزوں کے یہاں موجود ٹائپ فیس کو ذریعہ اثر دہن کے لیے معیاری آرٹ تصور کیا جاسکتا ہے۔ بہر حال حروف کو آوازوں کی تصاویر قرار دیا جاسکتا ہے، زبان سے ادا کیے ہوئے الفاظ تشکیل پاتے ہیں۔ الفاظ میں ایسی معنویت پیدا ہوتی ہے جسے اس زبان کا جاننے والا ہی سمجھ سکتا ہے۔ اس طرح ٹائپ کے ذریعہ ان سے معنی خیز طور پر ایک دوسرا مضمون پیدا ہوتا ہے جبکہ تشکیل (Illustration) سے جو مضمون پیدا ہوتا ہے وہ زیادہ آزلوانہ، زیادہ واضح اور بلا واسطہ ہوتا ہے۔

• ہر ایک پرنٹر کے پاس ٹائپ کے نمونوں کی ایک کتاب ہوتی ہے جسے وہ ذریعہ اثر دہن اور کپیڈیشنوں دونوں کے سامنے نمونے کے طور پر پیش کرتا ہے۔

• جہاں تک سرخی یا عنوان کے ٹائپ کے انتخاب کا معاملہ ہے تو اس کے لیے یعنی متن (Text) کے لیے ٹائپ انتخاب کرنے والے کسی اصول پر عمل

کردی جاتی ہے۔ ٹائپ ہڈا نرس اس کا خیال رکھتا ہے، لیڈنگ آرٹ اپنی اسٹوڈیو میں اس کی تحقیق (Adjustment) کرتا ہے۔

ٹائپ سیٹنگ میں دو ٹائپوں کا درمیانی فاصلہ ہمیشہ ہی ہم آہنگ نہیں ہو پاتا کیونکہ کچھ حروف مثل کے اعتبار سے بے ترتیب ہوتے ہیں اور ہمیشہ ہی مستقل نما نہیں ہوتے جیسے انگریزی حرف L, V, A, P, F, T لیکن لاگ اپ (Locking Up) کے مقصد سے تمام ہی ٹائپ کے شولڈر (بڈی) مستقل نما ہوتے ہیں۔ ان سے ایسی غیر معمولی سفید جگہ پیدا ہو جاتی ہے جسے کہو ڈنگ میں کم نہیں کیا جاسکتا۔

بہن ایک ہی طریقہ ہاتی رہ جاتا ہے کہ دیگر حروف کے درمیان بھی معقائد طور پر فاصلہ پیدا کیا جائے تاکہ پوری سرفی/عنوان یکساں دکھائی دے۔ یعنی حروف کے درمیان فاصلہ بھری طور پر (Optically) یکساں ہوتا چاہیے، میکینیکل (Mechanically) طور پر نہیں۔ آف سیٹ (Off Set) اور گرے وچر (Gravure) کے معاملہ میں تو حروف کے درمیان فاصلہ اور بھی گھٹایا جاسکتا ہے۔ اس سے تو صرف اسی وقت رجوع کیا جاتا ہے جب سربضیاں کتابوں کے عنوانات یا پوسٹروں وغیرہ کے ذیلے ٹائپ کا معاملہ ہو۔

SPACING SPACING SPACING

لیڈنگ (Leading)

سطروں کے درمیان فاصلہ بڑھانے کے عمل کو لیڈنگ (Leading) کہا جاتا ہے۔ اس سے سفید جگہ میں اضافہ ہو جانے کے جب حسن تحریر میں یعنی طور پر اضافہ ہو تا ہے اور الفاظ بے آسانی سمجھ میں آجاتے ہیں۔ ایسا کرنے سے آنکھ کو ایک سطر سے دوسری سطر تک چھپنے میں بھی آسانی ہوتی ہے۔ تاہم کتاب کی چھپائی میں ایسا کرنے سے لاگت میں اضافہ ہو جاتا ہے کیونکہ صفحات کی تعداد بڑھ جاتی ہے۔

کرنے کی ضرورت نہیں ہے۔ کسی بھی ترتیب سے کام لیا جاسکتا ہے حتیٰ کہ بد شکل پیدا کرنے کو بھی ایک ترتیب قرار دیا جاسکتا ہے۔ مگر بد صورتی کی وضاحت کون کر سکتا ہے۔

• سرفی/عنوان کے حروف ٹائپ سیٹ یعنی آف سیٹ لور گرے وچر کے لیے "پروف آپ کیڈر" ٹائپ (Proof of Composed Types) بھی ہو سکتے ہیں یا مگر ہاتھ سے بنائے ہوئے بھی ہو سکتے ہیں۔ وہ فونو میکینکس یا ہاتھ سے بنے ہوئے کی وجہ سے چھوٹے بڑے ہنس مٹھ میں میز سے میز پر، بد شکل یا کسی بھی مخصوص شکل میں خراب نما، بے ترتیب لڑے ہوئے، دیکھنے ہوئے فونو یا ہاتھ سے لکھے ہوئے میں ہو سکتے ہیں۔

خطاطی (Calligraphy)

خطاطی ہاتھ سے لکھے ہوئے خوبصورت الفاظ کو کہتے ہیں۔ خطاط کچھ اصولوں پر عمل کرتے ہوئے بھی کسی حد تک آزاد ہوتا ہے۔ اسٹائل اور لائنوں کی پچان (Flair) کا دار و مدار ان آلات پر ہوتا ہے جنہیں استعمال کر کے وہ الفاظ تحریر کیے گئے ہوں۔

خطاط کا مقصد یہ ہوتا ہے کہ وہ پیغام کی افہام میں آسانی پیدا کرنے کے ساتھ ساتھ کیریکچرل کو انفرادیت بھی عطا کر دے۔ یہ کام ٹائپ سیٹنگ کے مقابلہ میں ہنگامہ بنانا ہے کیونکہ ہاتھ سے لکھنے میں وقت زیادہ لگتا ہے۔ اس کے علاوہ ایک خاص ٹریننگ کے حامل ہونے کے سبب آرٹسٹ زیادہ اجرت طلب کرتا ہے۔

ٹائپ سیٹنگ کے دوران فاصلے مقرر کرنا

(Spacing in Typesetting)

مستقل مطالعہ کرنے کے لیے یکساں اونچائی اور یکساں درمیانی فاصلہ والے الفاظ ٹیک ریسٹ ہیں کیونکہ ان میں پڑھنے میں قطعاً کوئی دشواری نہیں ہوتی۔ اسی طرح سیدھی لائنوں اور یکساں درمیانی فاصلہ والے الفاظ اور لائنوں میں مناسب فاصلہ والی تحریر بھی فوراً سمجھ میں آ جاتی ہے۔

لیکن جب بالکل یکساں اونچائی والے حروف بنائے جاتے ہیں اور جب حروف اوپر یا نیچے سے گول یا غروٹی ہوتے ہیں تو وہ (اوپر یا نیچے) چھوٹے دکھائی دیتے ہیں۔ اس لیے ایسے الفاظ کی اونچائی بڑھا کر اس کی عطا

تمثیلات / تصاویر (Illustrations)

اور کتنی بھوکنا ممکن ہو تا ہے۔ زیادہ تر اشتہارات میں سرخی سے پیغام کی اثر پذیری اور اثر کا فون مقرر کیا جاتا ہے اس لیے اس کے مقاصد کے حصول کی تکمیل کے لیے زیادہ تر تمثیلات سے کام چایا جاتا ہے۔ تاہم یہ اس قسم کی بھی نہ ہو کہ اسے ایک دم سے سرخی (Headline) کے معنی قرار دے دیے جائیں۔ تصویر انشا اشتیاق پیدا کر دینے والی ہو کہ کاری چورا پیغام پڑھنے پر مجبور ہو جائے۔

ڈیزائنرز میں تصویر کی اس قسم سے بخوبی واقف ہو تا ہے جو ٹارگٹ گروپ (Target Group) کے سمجھ میں آجائے اور ان پر اثر انداز بھی ہو۔ وہ اسی کے مطابق موضوع، نفاذ، اسٹائل اور تکنیک کا انتخاب کرتا ہے۔

عمرہ تمثیل / تصویر کی خصوصیات

(Qualities of a Good Illustration)

یہ بات ذہن نشین رکھنا چاہیے کہ تمثیل آخری سرے تک پہنچنے کا ایک ذریعہ ہوتی ہے۔ آخری خطا تو وہ اطلاع دینی ہوتی ہے جسے سمجھ لیا جائے اور پھر فروخت کاری میں اضافہ ہو۔ اشتہاری تمثیل کی ذیوائن کاری میں مندرجہ ذیل بیان کردہ خصوصیات ہونی چاہئیں:

- اسے موضوع سے متعلق ہونا چاہیے۔ صرف منھک نگاری یا بہت زیادہ تجزیہ تمثیلات یا تجزیہ تمثیلات (Abstract Illustrations) سے کام نہیں چلتا۔
- سرخی اور کاری میں ربط ہونا چاہیے۔
- غیر متعلقہ حواص سے بے اعتدالی پیدا ہوتی ہے اس لیے ایسی تمثیلات سے اجتناب کرنا چاہیے۔
- عجیب سی اور ناگوار اشیاء سے پسندیدہ ارتقا (Reactions) پیدا نہیں ہوا کرتے۔
- موضوع کی واضح تصویر کشی کے ذریعہ سیدھے سادے اور مثالی انداز

تصویر ہزار الفاظ سے کہیں بہتر ہوتی ہے۔ لفظی پیغام کو جلدی سے ذہن نشین کرانے کے لیے ڈیزائنر اس فی الفور مدھکے بارے میں غور و خوض کرتا ہے۔ کسی ایسے اشتہار کا تصور کیجیے جس میں تصویر کے بغیر کوئی کار (Car) یا مندر یا صرف پاؤں کا ڈبہ دکھایا گیا ہو تو ہر ایک قاری ان چیزوں کے متعلق اپنے ذہن میں کوئی نہ کوئی تصویر تشکیل دے لے گا۔ مگر تصویر سے ہر ایک قاری کے ذہن میں اس شے کی شکل و صورت کے بارے میں ایک ہی تصور ابھرے گا۔ اس طرح تصویر زیادہ آفاقی زبان (More Universal Language) ہوتی ہے۔

تیار شدہ اشتہار یا فرام فرام کردہ خدمات کے اشتہار کے لیے تصویر کشی اپنی یکسانیت کے باعث کچھ آسان دینے والی ہوتی ہے مگر ایسے اشتہارات کے لیے ڈرامائی تصویر کی موجودگی بھی غیر معمولی بات نہیں ہے۔

کسی تیار مال کو استعمال کرنے کے طریقہ کی تصویر کشی کرنا اور پھر اس میں اس کے استعمال کے فائدے اور استعمال کے نقصانات بیان کرنا ایک مقبول طریقہ ہے۔ غلو ص (Sincerity)، اعتماد (Integrity)، وقار (Prestige)، اعتماد (Faith)، حسن (Beauty) وغیرہ ایسی خصوصیات ہیں جو تصویر کو نقصانات عطا کرتی ہیں۔ ایسی تصویر الفاظ کے مقابلہ زیادہ مؤثر تفصیل بیان کرتی ہے۔ شاید تصویر میں موجود کردہ چیزیں اس میں عمر ہو۔

اسی طرح مؤثر اور جذبات کی کٹھ بھلیاں یا لطافت (Subtleties of Mood and Emotions) ایسی باتیں ہوتی ہیں جن کے تئیں عوام زیادہ آسانی سے رد عمل کا اظہار کرتے ہیں اور اس طرح وہ جلد تر غیبات قبول کر لیتے ہیں۔ اس طرح حقیقی ڈیزائنرز کے لیے یہ ایک ایسا میدان ہے جس سے وہ زیادہ سے زیادہ فائدہ اٹھا سکتا ہے۔ تصویر کی طور پر توان کا اظہار علاماتی ہو سکتا ہے۔ کسی تمثیل میں موضوع اور تکنیک (اس میں رنگوں کا استعمال بھی شامل ہے) سے ماحول تخلیق کرنے اور توجہ مبذول کرانے میں مدد ملتی ہے۔ تکنیک کا استعمال کسی تمثیل کے موضوع میں طبیعت اور جذباتی خصوصیات اجاگر کرنے میں کیا جاسکتا ہے۔ ذرا تصور تو کیجیے کہ کارٹونوں کے ذریعہ کتنا حواص

- میں فوراً ہی موضوع کو بیان کرنے والا ہونا چاہیے۔
- یہ بہت ضروری ہے کہ تشیل میں جو کچھ بھی دکھایا گیا ہو وہ اس قسم کا ہو کہ اس کی تائید کر کے اس پر اتماد کر لیا جائے۔
- اتماد و اتماد، بے ساختگی (Naturalness) سے پیدا ہوتا ہے۔
- جو کچھ بھی اس معنوع شے سے حاصل ہو سکتا ہے اس سے زیادہ کا وعدہ نہ کرنا چاہیے۔
- ایک ہی طرح کے باتوں (Stereotyped Models) سے توجہ مبذول نہیں کرانی چاہیے۔
- اشتہار میں باہر دیکھتے ہوئے چہرے قاری کو بھی باہر دیکھنے پر مجبور کر دے۔
- تشیل میں لے آؤٹ کے تکنیکی اصولوں یعنی توازن، اتماد و غیرہ کی خلاف ورزی نہیں کرنی چاہیے۔
- آخر میں مگر اہمیت کے اعتبار سے کم نہیں یہ کہ تشیلات کی طہاعت نہایت عمدہ ہونی چاہیے۔ چونکہ تمام ایڈورٹائزنگ ذرائع کی چھپائی ہونی ہوتی ہے لہذا ہمارے لیے ری پروڈکشن کے نقطہ نگاہ سے تشیلات کی مختلف اقسام کا مطالعہ کرنا نہایت ضروری ہے۔
- تشیلات دو طرح کی ہوتی ہیں خطی تشیلات (Line Illustrations) اور مسلسل ٹون تشیلات (Continuous Tone Illustrations) جسے ہاف ٹون (Half-tone) بھی کہتے ہیں۔ ان کا مطالعہ ہم آگے کریں گے۔

کئی طرح کی خطی جمیلات

(The Many Kinds of Line Illustrations)



PEN AND INK
DRAWING



STROPPING IN PEN
TO ADD DEPTH



Scraper
board

CARTOON DRAWING
IN GUTTER



STYLED BOLD LINE
DRAWING

BRUSH DRAWING
WITH PHOTOGRAPHIC
REVERSAL AT RIGHT

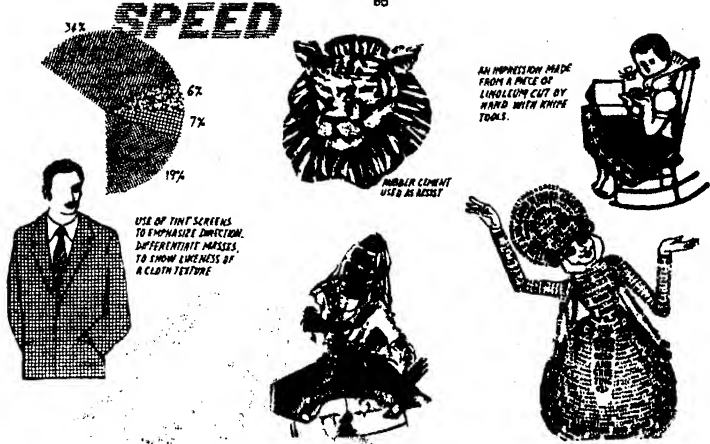


DRY BRUSH ON COARSE PAPER



A COARSE QUARTER-TONE
CROSS HATCHING WITH PEN





(1) اس کے سوسٹروں کی ترجمانی میں بروئے کار ٹیکنیک کے سبب بصری تصادم (Visual Impact) میں واقع ہونے والی تبدیلی کا بچہ اندازہ ہو جاتا ہے۔

(2) ریسیسٹ (Resist) کے طور پر استعمال شدہ ربر سیسٹ (Rubber Cement)

(3) لونیوم (Linoleum) کے کڑے پر چاقو اور دیگر لوازمات کی مدد سے بنائے گئے نقش۔

(4) سمت پر زور دینے کے لیے ٹنٹ اسکرین (Tint Screens) کا استعمال۔ کپڑے کی بافت میں واقع یکسانیت کو دکھانے کے لیے ماسیز (Masses) کی تفریق پذیری (Differentiation) سے کام لیجیے۔

گزشتہ صفحے سے یاد

- (1) چھان اور روشنائی سے تیار کردہ ڈرائنگ
 - (2) کھرائی دکھانے کے لیے قلم میں اسٹرپنگ (Stripping)
 - (3) اسکرپر بورڈ (Scraper Board)
 - (4) برش سے تیار شدہ کارٹون ڈرائنگ
 - (5) اسٹچ
 - (6) کھردرے کاغذ پر ٹھک برش
 - (7) کھردرا کوٹا فریون
 - (8) قلم سے کی جانے والی کراس ہچنگ (Cross Hatching)
 - (9) اشاکل شدہ جلی خط (Bold Line) والی ڈرائنگ
 - (10) برش ڈرائنگ۔ داہنی جانب فوٹو گراؤنگ رور زل (Reversal)
- دکھایا گیا ہے۔
- انھیں سفید یا ہموار رنگین سطح پر رنگ کے یکساں سائے نون (Solid Tone) سے بنایا جاتا ہے۔
- انھیں پرنٹ کرنا آسان ہوتا ہے کیونکہ ان کے لیے یکساں روشنائی اور پھر کاغذ چھاپنے کی ضرورت ہوتی ہے۔
 - بلاکوں (Blocks) یا آف سیٹ پلیٹوں کا بنانا سستا پڑتا ہے کیونکہ اس میں صرف سستی فلوئوں کی ہی ضرورت پڑتی ہے اور پراسیس اسکرین کی تپاری دہلی مہارت ملوث نہیں ہوتی۔
 - اسکرین کی غیر موجودگی کی وجہ سے انھیں سستے کاغذوں پر چھاپا جاسکتا ہے۔



5 Brush drawing (nos. 1 and 3 sables): the finest details are drawn with the tip of the brush. Mass and volume are suggested very effectively by repeated brushstrokes which start broad and gradually become narrower.

7 Pen drawing with ink wash: pen is used for the outlines and volumes are modelled with a monochrome wash.

6 Pen and wash drawing: chiaroscuro comes only from crisp black brushstrokes, without intermediate tones. The light/dark contrast is dramatised.

8 Coloured pen and brush drawing: Outlines and shading are in pen and brush (nos. 1 and 3 sable); colour is applied in watercolour to the reverse side of the paper.

کراس ہینک کے ذریعہ درمیانہ ٹون (خاکستری) پیدا کیے جاتے ہیں۔ اسٹروک سیاہ ہوتے ہیں اور مسلسل ٹون بکھروں کی طرح ٹون ڈاؤن خاکستری (Toned-down Greys) نہیں ہوتے جیسا کہ مسلسل ٹون تمثیلات میں ہوتے ہیں۔ اس سے ابلی روشنی کی دھوپ جھاؤں دکھائی جاتی ہے۔ کراس ہینک کے مسائل پر ہانت (Texture) کا دار و مدار ہوتا ہے۔

لائن اسکرین سے تیار کی جانے والی ڈرائنگ

(Drawings with Line Screen)

اس معاملے میں درمیان ٹون (خاکستری Greys) کو معیاری تہ اسکرین متوازی خطوط، خاص سی پاقٹوں وغیرہ کی مدد سے مثنی طور پر کاغذ یا زپ ٹون (Zippatone) پر چھاپ دیا جاتا ہے۔ اس کام کو یا تو

لائن ڈرائنگ (Line Drawings)

اس قسم کی سادہ ڈرائنگوں کو سفید کاغذ پر بنانے کے لیے قلم اور روشنائی اور برش ہی درکار ہوتے ہیں۔ گہری سیاہ نظیر روشنائی سے سب سے بہتر نتائج برآمد ہوتے ہیں۔ کمرے ٹون اور وہ بھی خاص طور پر اگر سرور پر ہوں تو پوسٹیں کمرہ آپریشن میں شاپ ڈیفینیشن (Sharp Definition) کو کھاتے ہیں۔ اور اسی لیے اس سے ہر حال میں بچنا چاہیے۔ اس میں تو یکساں انداز کے سیاہ اور جیسے انداز کے معرف اسٹروک (Sharply Defined Strokes) مطلوب ہوتے ہیں۔

کراس ہینک ڈرائنگ (Cross Hatched Drawings)

انھیں اوزاروں (Tools)، قلم، برش اور روشنائی کو استعمال کر کے



These eight vignettes show some of the cartoonist's techniques applied to the head of an Indian.

3 Line drawing with pen: modelling is suggested by hatching and highlights are clearly identified.

1 Drawn with a 2B pencil: the varying thickness of the line suggests light, shade and mass.

4 Pen and brush (no. 3 sable) drawing: most of the chiaroscuro is suggested with pen strokes while the darkest tones are filled in with the brush.

2 Line drawing with pen, nib and Indian ink. Light, shadow and mass are suggested by variations in the thickness of the line.

آرٹسٹ انجام دیتا ہے یا پھر اینگریور کو ایسا کرنے کی ہدایت دی جاسکتی ہے بشرطیکہ اس کے پاس ٹنٹ اسکرین (Tint Screens) (پرائٹنام: مین ڈیز Ben-Days) موجود ہوں۔

اسکرپچر بورڈ (Scraper Board) دراصل سبب بورڈ (کٹ) ہوتا ہے۔ اس پر چاکناٹکے کی سوئی سی تہ چھی ہوتی ہے اور پھر سب سے اوپر کی سطح سیاہ کر دی جاتی ہے۔ آرٹسٹ کسی دھار دار اوزار سے سیاہ سطح کو کھرچ کر سفید رنگ کی ڈرائنگ تیار کرتا ہے۔ انڈیا اینک (India Ink)، برش اور کلم سے غلطیاں ٹھیک کر لی جاتی ہیں۔ یہ ایسا سڈ ہالتون (Embossed Textures) میں بھی دستیاب ہوتا ہے جو کھرچنے پر بہ آسانی ہاف ٹون گریڈیشن (Halftone Gradation) دیتا ہے۔

مسلسل ٹون بکچر سے لائن پرنٹ (تیار کرتا)

(Line Print From Continuous Tone Picture)

اس کام میں فوٹو گراف پر دسبک اور صرف گہرے سے منسلک ٹون ماسز (Dark Single Tone Masses) پر قرار رکھ کر مسلسل ٹون بکچر میں سے گہرے ٹون کو ختم کر دیا جاتا ہے۔ تمثیلات (عموماً فوٹو گرافس) کی ابتداء کرتے وقت کافی جیسے کنٹراسٹ ٹون (Fairly Strong Contrast)

اسکرپچر بورڈ (Scraper Board) دراصل سبب بورڈ (کٹ) ہوتا ہے۔ اس پر چاکناٹکے کی سوئی سی تہ چھی ہوتی ہے اور پھر سب سے اوپر کی سطح سیاہ کر دی جاتی ہے۔ آرٹسٹ کسی دھار دار اوزار سے سیاہ سطح کو کھرچ کر سفید رنگ کی ڈرائنگ تیار کرتا ہے۔ انڈیا اینک (India Ink)، برش اور کلم سے غلطیاں ٹھیک کر لی جاتی ہیں۔ یہ ایسا سڈ ہالتون (Embossed Textures) میں بھی دستیاب ہوتا ہے جو کھرچنے پر بہ آسانی ہاف ٹون گریڈیشن (Halftone Gradation) دیتا ہے۔

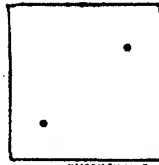
برومائیڈ کاغذ (Bromide Paper) پر اسکرین شدہ پانچویں

کے پھوٹے، برش یا پوسل ڈرائنگ کے ذریعہ ڈرائنگ میں ایک غیر معمولی اثر پیدا کر دیا جاتا ہے۔ ان باسٹنی ٹامپ کے کلاے فیل (Distortions) کو ملاحظہ کیجیے جنہیں پر تنگ فلیٹ (عمومی) سٹل کو فیدہ کر کے اور فوٹو گراف کے ذریعہ پیدا کیا جاسکتا ہے یا پھر کسی خفیدہ سٹل پر ابھر داں لختوں اور ان کا فوٹو گراف لینے کو ملاحظہ کیجیے۔

(Tones میں ماییز (Masses) کو عمدہ طور پر تقسیم کر لیا جاتا ہے اور یہ کام تیز روشنی (Strong Light) سے انجام دیا جاسکتا ہے۔ آخر میں ہاتھ سے نوک چمک درست کرنا بھی ضروری ہے۔

خصوصی اثرات (Special Effect)

اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ کسی کردار سے ہفت والے کاغذ پر روشنی



تصویری نقطہ



سخت



چال (speed)



صورت (shape)

نوں (قدر، وزن)

Tone (Value, Weight)

نوں رنگ کی شدت ہوتی ہے۔ سیاہ کو شدید ترین اور سفید کو کمترین سمجھا جاتا ہے۔ ان دونوں کے درمیانی رنگ خاکستری یاد دہندے ہوتے ہیں۔ فوٹوں گراف میں سیاہی کے درجہ بجی تغیرات (Gradations) خاکستری رنگوں کی مثالیں ہیں۔ لیکن ہالٹ نون کدہ کاری (Half-tone Engraving) یا کراس ہینڈ شیڈنگ (Cross Hatched Shading) سے خاکستری رنگ کا صرف اہام پیدا ہوتا ہے۔ نوں سے خط نمایاں ہو جاتا ہے۔ اس سے کمیت اور وزن (Mass and Weight) کا اظہار ہوتا ہے۔

رنگ (Colour)

اشیاء کے موڈ پر رنگ سب سے زیادہ اثر انداز ہوتا ہے۔ اس طرح رنگوں کا استعمال بیانات کے جذباتی اثر کو اجاگر کرنے کے لیے کیا جاتا ہے۔ تصاویر کو معتبر بنانے اور کبھی کبھی فہرست سازی کے لیے بھی رنگوں کا استعمال کیا جاتا ہے، اس سے تمیز کرنے یا سوازنہ کرنے میں بھی مدد ملتی ہے۔

خط (Line)

خطوط — تقسیم بھی ہو سکتے ہیں اور منحنی بھی، جلی بھی ہو سکتے ہیں اور فنی (Light) بھی، ہموار بھی ہو سکتے ہیں اور ناہموار بھی، مسلسل بھی ہو سکتے ہیں اور غیر مسلسل بھی، حقیقت کا اظہار کرنے والے بھی ہو سکتے ہیں اور معنی خیز بھی۔ لے آؤٹ میں کوئی بھی دو نقطوں یا اندراجات (Items) کو دیکھ کر قاری ان کے درمیان اپنے ذہن میں ایک خط کھینچتا ہے۔ ایسا خط حقیقی خط کے مقابلہ زیادہ قوی اور بار (Charge) کا حامل ہوتا ہے۔

خطوط موڈ کو بھی ظاہر کرتے ہیں۔ عمودی خطوط سے استحکام اور وقار (Dignity) جھلکتا ہے۔ افقی (Horizontal) خطوط سے خاموشی اور اشتعال (Calmness and Firmness) کا اظہار ہوتا ہے۔ اسی طرح وتری (Diagonal) یا تریخے خطوط سے جوش و حرکت اور منحنی خطوط سے ادا یا دلربائی کی عکاسی ہوتی ہے۔

خطوط سے سمتوں اور حرکت کی رفتار کا معنیہ بھی ملتا ہے۔ اس کے علاوہ ان سے اشکال کی وضاحت بھی کی جاتی ہے اور حد بندی بھی۔ یہ جگہ کو تقسیم کرنے والے ہوتے ہیں۔

کے لیے بھی کیا جاسکتا ہے۔ کسی لے آؤٹ میں جو کچھ بھی دکھایا جاتا ہے اس کی کچھ نہ کچھ وضع قطع شکل و صورت ضرور ہوتی ہے۔ جہاں فنِ جماعت (Typography) میں الفاظ کی انفرادی شکل و صورت اور وضع قطع کو مدِ نظر رکھا جاتا ہے، وہیں لے آؤٹ میں کچھ شدہ ٹائپ کے خطوط یا خطوط کی جماعت سے ایک ایسی وضع قطع یا شکل و صورت وجود میں آتی ہے جسے دھیان میں رکھنا ہوتا ہے۔

ہر ایک فن کی وضع قطع بھی ہوتی ہے۔ ایک خط کے پچھلے نم سے بھی ایک شکل و صورت وجود پاتی ہے۔ اسی طرح کسی اشتہار کے گہرے رنگ اور اس کی وسعت سے بھی وضع قطع تشکیل پاتی ہے۔

سائز اور جگہ (Size and Space)

کسی عنصر کے سائز اور ارد گرد کے ماحول میں تناسب موجود ہو تا ہے۔ اس کا تعلق لے آؤٹ میں موجود دیگر عناصر کے سائز سے بھی ہوتا ہے۔ موازنہ کرنے سے کسی شے کے اصل سائز کا پتہ چل جاتا ہے۔ سب سے بڑے عنصر کا اثر بھی موائے سب سے زیادہ مرتب ہوتا ہے۔

آئیکوڈ (Code) کے طور پر استعمال کیا جائے تو اس سے مخصوص عناصر کی درجہ بندی کرنے کا کام لیا جاسکتا ہے۔ تاہم جماعت کے نقطہ نگاہ سے دیکھا جائے تو رنگوں کا استعمال ایک مہنگا سودا ہے۔

ہفت (Texture)

خاکستری رنگوں میں پیش کردہ امتیازی نمونہ (رنگین سطح کے نوعِ شدنی) حزن کو ہفت کہتے ہیں۔ اس سے دیکھنے والے کے ذہن میں ایسے جذبات سر اٹھاتے ہیں جو مناظری (Optical) یا فیزیکی (Physical) ہو سکتے ہیں۔ اسی طرح اس ہفت (Texture) کو نرم، سخت، ہموار اور ناہموار جیسی اصطلاحات سے بھی ظاہر کیا جاتا ہے۔ حد تو یہ ہے کہ کاغذ کی سطح کی بھی ہفت یا باہوت ہوتی ہے اور یہ ہفت پیغام کو متاثر کرتی ہے اور اسی لیے یہ ڈیزائنر کے مدِ سمیرت (Purview) میں آتی ہے۔

وضع قطع، شکل و صورت (Shape)

گر اگر ڈیزائنر کے لیے شکل و صورت یا وضع قطع زیادہ تر دو جہتی (Two Dimensional) ہوتی ہے۔ اس کا استعمال گہرائی کا ابھام پیدا کرنے

رنگ (COLOUR)

رنگ (Colour)

پیغام جذب کرتا چلا جاتا ہے۔ پند رنگ مہرائی (Richness)، عظمت (Dignity) اور وقار (Prestige) عطا کرنے والے ہوتے ہیں۔ اسی طرح رنگوں سے دیگر حرائی کیفیات (Moods) کی عکاسی بھی کی جاسکتی ہے۔

- کبھی کبھی کسی پیغام میں موجود چندہ حدود (Chosen Items) میں رابطہ قائم کرنے کے لیے رنگ استعمال کیا جاتا ہے۔

رنگ کی جہتیں (The Dimensions of Colour)

رنگ کی جن جہتیں ہوتی ہیں:

- (1) ہیو (Hue): یہ رنگ کا نام ہوتا ہے جیسے برا، نیلا، پتھر اور۔
- (2) قدر (Value): رنگ کے پتے یا پتے (Lightness) یا ٹون (Tone) کو قدر کہتے ہیں۔ ٹون جتنی پتلی ہوتی ہے رنگ کی قدر بھی اتنی ہی اعلیٰ تر ہوتی ہے۔ رنگ میں سفید ملا کر ٹینٹ (Tints) حاصل کیے جاتے ہیں اور رنگ میں سیاہی ملا کر شڈ (Shades) حاصل کیے جاتے ہیں۔
- (3) کروما (Chroma): کروما رنگ کی چمک (Brightness) یا اس کی شدت (Intensity) کو کہتے ہیں۔ دھندلے رنگوں کی شدت کم ہوتی ہے۔ اگر ہم سے چمک دار، پتے (Soft)، ہموارے رنگ کے بارے میں پوچھا جائے تو اس کا مطلب ہے کہ کم سے اسی ترتیب میں کروما، قدر (Value) اور ہیو (Hue) کے بارے میں (کچھ) کہا جا رہا ہے۔

ہیو رنگ کی پہچان ہوتی ہے۔

قدر (Value) نوع شگفت ہوتی ہے۔

کروما (Chroma) چمک یا رنگ کی شدت ہوتی ہے۔



HUE IS THE IDENTIFICATION
OF THE COLOUR
VALUE IS THE BRIGHTNESS
OR INTENSITY
CHROMA IS THE SATURATED
OR INTENSITY

رنگ وہ واحد حقیقت ہے جو سیاہ و سفید رنگوں میں پیچھے ہوئے کسی بھی پیغام کی شکل و صورت کو تبدیل کر دیتا ہے۔ چاہے فضیل ہو یا صرف ٹائپ (Types) یا مکمل واحد (Combination) — جب بھی انھیں کسی رنگ میں ملایا جاتا ہے ایک خوش نما ماحول کی عکاسی ہوتی ہے۔ اس باب میں رنگ سے مراد سیاہ رنگ نہیں ہے حالانکہ پرتز کے نزدیک سیاہ بھی ایک رنگ ہی ہے۔ ہمیں کسی شے کا جیسا رنگ نظر آتا ہے وہ دراصل سفید روشنی کا وہ حصہ ہوتا ہے جو اس شے سے منعکس ہو کر ہماری آنکھوں میں پہنچتا ہے۔ سفید روشنی کے ہائی فائڈ اجزا کو یہ شے اپنے اندر جذب کر لیتی ہے۔ منشور (Prism) روشنی کے سات اہم اجزا (رنگوں) کو الگ الگ کر دیتا ہے۔ نیونین کے ڈسک (Disc) تجربہ سے اس کے برعکس بھی کیا جاسکتا ہے۔

رنگ کا استعمال (Uses of Colour)

- پوری طرح رنگین تصویروں فضیل سے بیان کردہ موضوع کی صداقت اور حقیقت بولتی ہوئی نظر آتی ہے کیونکہ قدرتی ماحول میں چند چیزیں عیسیاہ یا خاکستری ہوتی ہیں۔
- تاہم ان سے تعذر رانی — حتیٰ کہ باوقی الفطرت (Supernatural) ماحول بیان کرنے میں مدد ملتی ہے۔
- سیاہ اور دیگر رنگوں کا استعمال اشیاء پر اکر نے میں بھی کیا جاتا ہے اور اس طرح پیغام سے متعلق ہوشیاری برتتے بیان پر زور دینے کے لیے انھیں کا استعمال کیا جاتا ہے۔ اس سے عموماً خریداروں کو فائدہ پہنچتا ہے۔
- کوڈ (Code) کے طور پر رنگوں کا استعمال نقشوں اور چارٹوں یا کتاب کے شروع اور آخر کے حصوں (Fly Leaves) کے لیے کیا جاتا ہے۔
- اکثر اوقات کسی خاص راستے پر قاری کو گامزن رکھنے کے لیے رنگوں سے اس کی رہنمائی کی جاتی ہے اور اس طرح قاری مطلوبہ تواتر میں

چند تعریفیں (A Few Definitions)

پرائمری رنگ: ان رنگوں کو کہا جاتا ہے جنہیں ان کے اجزائے ترکیبی میں مزید اور نہیں توڑا جاسکتا۔ زرد، نیلا اور لال پرائمری رنگ ہوتے ہیں۔

سینڈری رنگ: دو پرائمری رنگوں کو یکساں مقدار میں ملائے پر ثانوی یا سینڈری رنگ حاصل کیے جاسکتے ہیں۔ اس طرح نارنجی، اور غواہی (Mauve) اور ہرے رنگ کو سینڈری یا ثانوی رنگ کہا جاتا ہے۔

علاقائی رنگ (Local Colour): اپنی طبعی حالت (Physical Composition) کی بنا پر کسی شے کو اختیار کردہ رنگ مختلف دکھائی دے سکتا ہے (رنگ کی ظاہری تبدیلی)۔ مثال کے طور پر لال پس منظر میں زرد رنگ کی کئی چیز نارنجی نظر آسکتی ہے، اسی طرح نیلے پس منظر میں ہری، سیاہ پس منظر میں نورانی سفید پس منظر میں زرد اور دھندلی سی نظر آسکتی ہے۔

اکرومک گھراؤ (Achromatic Colour Scheme): یہ سیاہ اور اس کی مختلف ٹون (غاسٹری رنگوں) پر مبنی ہوتی ہے۔

مونوکرومک گھراؤ (Monochromatic Colour Scheme): اس اسکیم میں کسی ایک رنگ کی مختلف ٹون ملوث ہوتی ہیں جیسے مگر ابرہہ درمیانہ ہرہ، ہلکا ہرہ وغیرہ۔

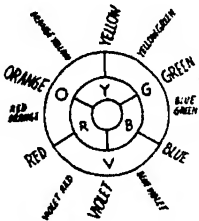
ہائی کی (High Key): ایسی گھراؤ اسکیم کو کہتے ہیں جس میں سوف چمکل شیف (Soft Pastel Shades) کے پس منظر میں تیز چمک دار رنگوں کو استعمال کیا جاتا ہے۔ سوف چمکل شیف کو "لو کی" (low key) تصور کیا جاتا ہے۔

مماثل (ہم آہنگ) گھراؤ اسکیم (Analogous (Harmony) Colour Scheme): اس اسکیم کے تحت کمرہ میل پر واقع ملحق رنگوں کو استعمال کیا جاتا ہے اور ایسے ہی ہم آہنگ دکھائی دیتے ہیں۔

کمرہ میل (Colour Wheel)

یہ دائرہ پر واقع رنگوں کی ایسی باقاعدہ ترتیب ہوتی ہے جس کا متعدد رنگوں کے انتخاب اور ان کے آپس رشتوں کے کچھ پہلوؤں کا مطالعہ کرنا ہوتا ہے۔ کمرہ میل کی تعداد ہرے سے واضح ہو جاتا ہے کہ پرائمری اور سینڈری

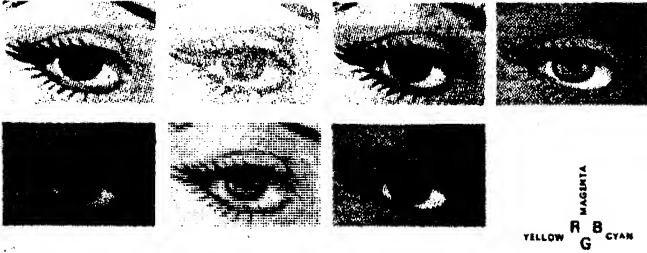
رنگوں سے چار مختلف رنگ بنتے ہیں۔ ان رنگوں کے درمیان ابتدائی رنگوں کی کمی بیشی سے رنگوں کے دیگر تغیرات (Variations) بھی حاصل ہوتے ہیں۔ ایک دوسرے کے نزدیک واقع رنگوں کو ہم آہنگ انتخاب (Harmonious Selection) تصور کیا جاتا ہے کیونکہ ان میں کچھ رشتیں عناصر مشترک ہوتے ہیں جبکہ ان رنگوں کو ایک دوسرے کا مخالف سمجھا جاتا ہے جو ایک دوسرے سے فطری اعتبار سے (Diametrically) مخالف ہوتے ہیں۔ کیونکہ فطری اعتبار سے مخالف رنگ ابتدائی رنگوں کی پوری رشتگی بحال کرتے نظر آتے ہیں اس لیے انھیں عقیلی (Complimentary) رنگ کہا جاتا ہے۔ اس طرح ہر ا لور لال ایک دوسرے کے کا پہلی سمجھتی ہیں۔ دھوپ سے اپنے نسبت (Association) کی بنا پر زرد، نارنجی اور لال رنگوں کو گرم (Warm Hue) سمجھا جاتا ہے۔ اسی طرح ہرے، نیلے اور اور غواہی (Mauve) رنگوں کو خنڈا رنگ (Cool Hue) تصور کیا جاتا ہے۔ انھیں ہاتھ تپ طور پر پیش قدمی کرنے والے اور دور بننے والے رنگ بھی کہا جاتا ہے کیونکہ ایک دوسرے کے برخلاف دوائے ہی نظر آتے ہیں۔



رنگوں کی علیحدگی اور تیار

(Colour Separation and Reproduction)

یہ ایک نیم ہوز نظریہ (Young-Helmholtz Theory) "سہ رنگی بصارت" (Three Colour Vision) پر مبنی ہے جس کے ہماری آنکھ نے سفید روشنی کی مثل میں دیکھتی ہے۔ دور دراصل تین رنگوں نیلے، ہرے اور لال سے بنی ہوئی ہوتی ہے (ہر ایک رنگ کی شعاعوں کی طول



ابتدائی زرد یا زرد پرنٹر (Yellow Printer) (کنڈہ کاری Engraving) کے ابتدائی تقریبی رنگ (Subtractive Primaries) ہوتے ہیں۔ اسی طرح ہرے قطرے تیز سرخ پرنٹر (Magenta Printer) اور لال قطرے نیلیوں پرنٹر کے حصول میں مدد دیتی ہے۔

مندرجہ بالا تصویر چار پرنٹ یا اینگریوٹک (Engravings) کے سیٹ سے بنائی ہوئی کاپیوں (Impressions) کو دکھاتی ہے (کو لارنگ ممبرائی دکھانے کے لیے شامل کیا گیا ہے)۔ ان کاپیوں میں اصل کے مطابق شبیہ اتارنے کے لیے ترجیح دار نیلیوں، زرد، تیز سرخ اور سیاہ پرنٹس روشتائیاں استعمال کی گئی ہیں۔ ان کاپیوں (Impression) کو مجموعی طور پر ”پروگریسو پروفوں کا سیٹ“ (A Set of a Progressive Proofs) کہا جاتا ہے۔ کنڈہ کاری میں اینگریوٹک کے سیٹ کے ہر لاپرنٹر کو سونپ دیتا ہے۔ پروگریسو پروف سے پرنٹر کو بڑی مدد ملتی ہے۔ وہ طاعت کے دوران روشتائی، دباؤ (Pressure) اور جھڑبیش (Registration) کو کنٹرول کر کے ایسی ہی شبیہ تحقیق کر دیتا ہے۔

اگلے صفحہ پر جو تصویر دکھائی گئی ہے اس میں اس بات کا امکان بھی موجود ہے کہ چار رنگی معیاری طاعت (Standard - 4 Colour Printing) سے رنگوں کا ایک پورے اسلٹ حاصل کر لیا جائے۔

پرنٹس ری پروڈکشن (Process Reproduction) کے دوران مندرجہ ذیل خصوصیات کو ملحوظ رکھا جائے گا:

(1) کسی بھی رنگ کی مختلف ٹول قدروں کے حصول کے لیے ہر ایک سچریشن پرنٹر (Separation Printer) اسکریننگ (Screening) کی

موج (Wave Length) مختلف ہوتی ہے۔ ان تین رنگوں کی روشنی ”ایڈیٹ پر انگری (Additive Primaries) کہلاتے ہیں جو ان رنگوں کی جانب سے حساس ہوتے ہیں۔ جب کسی شے سے منعکس ہو کر آنے والی روشنی ان پر آکر پڑتی ہے تو ان میں تحریک شروع ہو جاتی ہے اور یہ نظیری مسئلہ واضح کو بھیجے ہیں۔ واضح میں اسی شے کی شبیہ بن جاتی ہے۔ جب ابتدائی رنگوں میں سے کوئی رنگ الگ کر دیا جاتا ہے تو آکھ کو مندرجہ ذیل انداز میں رنگوں کا تہاد دکھائی دینے لگتا ہے۔

نیل + ہرا = نیلیوں (Cyan) نظر آتا ہے۔

ہرا + لال = زرد (Yellow) نظر آتا ہے۔

لال + نیلا = تیز سرخ (Magenta) نظر آتا ہے۔

تیز سرخ، زرد، نیلیوں رنگوں کو ”تقریبی ابتدائی رنگ“ (Subtractive Primaries) کہا جاتا ہے۔ ان کے نظیری مکسٹ (Pigments) بھی ہوتے ہیں اور ان کا نام بھی سبب ہوتا ہے۔ یہ مکسٹ لال، زرد اور نیلے کے نام سے مشہور ہیں۔ جب ابتدائی رنگوں کے ملٹی کلر (Multi Colours) کو طے دہ کرنا ہو تو اسی اصول کو بروئے کار لایا جاتا ہے (عام طور پر مسلسل ٹون آرٹ)۔ جب کسی روشن ابتدائی رنگ (Illuminated Original Colour) سے آنے والی روشنی نیلے قطرے ہو کر گزرتی ہے تو اس سے صرف نیلی شے میں ہی گزر سکتی ہیں اور فلم (Film) پر درج ہو کر (سیارنگ کے طور پر) ٹیکلیج بناتی ہیں۔ ہم اسے زرد ٹیکلیج کہتے ہیں کیونکہ اس ٹیکلیج سے جب لال نیلا جائے گا تو اس میں نیلا رنگ نہیں ہو گا بلکہ یہ لال اور نیلے ایڈیٹوز (Additives) رکھنا پڑے گا جو نظیری طور پر

(Fountain) میں موجود روشنائی کے رنگ پر ہوتا ہے۔ پرنٹر کے نزدیک "سیلا" بھی ایک رنگ ہے۔ جب آپ سیلا یا کسی رنگ میں کام کرتا چاہیں تو وہ دونوں باتوں کو ایک رنگ پر خشک سمجھتا ہے۔ اسی طرح سیلا اور کسی اور رنگ کی مشترکہ (پر خشک کو دور لگی پر خشک سمجھا جاتا ہے کیونکہ اس کام کے لیے پر خشک مشین پر دو رنگوں کی ضرورت ہوتی ہے۔

— لیڈائن میں دوسرے رنگ میں مطلوب عناصر کو ایک علیحدہ فرے کے طور پر کیڈز کرتا ہوتا ہے اور اس کے لیے مشین پر دوسرے رنگ کی ضرورت ہوتی ہے۔ اس کے لیے فاؤنٹین میں مطلوبہ شید یا رنگ (Shade or Hue) کی روشنائی بھی بھرتی ہوتی ہے۔

— اسی طرح سرنگی مطاعت کے لیے مشین کے لیے مشین پر تین مختلف رنگ (Runs) دوکار ہوتے ہیں اور ہر رنگ کے لیے ایک مختلف فرے اور مختلف رنگ کی ضرورت ہوتی ہے۔

— مذکورہ بالا معاملات میں رنگین علاقے ایک دوسرے کے پہلو در پہلو بھی واقع ہو سکتے ہیں اور ان کے لیے پین پائنٹ رجسٹر کی ضرورت بھی پڑ سکتی ہے یا پھر گہرے رنگ کو ہلکے رنگ پر طبع کیا جاسکتا ہے (پراپوزز) اور بالخصوص "پوری طرح تیار لے آؤٹ (Finished Art-Layout)" پر خشک مشین اس انداز سے تیار کی جاتی ہے کہ رجسٹریشن کے معاملہ میں ہم آہنگ نتائج حاصل ہوتے ہیں۔

ہمارے لیے سب سے زیادہ دلچسپی کا کام ایک ہی مثیل اور ایک ہی سائز کی ایک ہاف ٹون کے دوسرے ہاف ٹون پر ہونے والی پر خشک ہوتی ہے۔ ایک ہی تصویر کے دونوں اور تقریباً متساوی (Identical) ہاف ٹون کے رنگوں کے گریڈ کو کنٹرول اور بہتر اختلاف (Contrast) پیدا کر کے روشن اور تاریک پہلوؤں کی تفصیل اجاگر کیا جاتا ہے۔ اس قسم کی دو رنگی مطاعت کو "ڈیوٹون" (Duotone) کہا جاتا ہے۔ ہلاک بنانے والے (Block Maker) مطاعت کو انجام دینے میں مدد کرتے ہیں۔

کثیر رنگی ہاف ٹون پر خشک

(Multicolour Halftone Printing)

تین رنگوں میں پراپوزز (Superimposed) ہاف ٹون کے لیے



جاتی ہے۔

(2) چار یا کم تعداد والے رنگوں کی مختلف نسل قدریں اس وقت ان چار رنگوں سے مختلف نظر آنے لگتی ہیں جب ضرورت سے زیادہ چھپائی کی جاتی ہے۔ اس کے لیے اسکرین ڈاٹ (Screen Dots) ایک دوسرے کے پہلو پر پہلو رکھے جاتے ہیں اور جہاں بھی وہ ایک دوسرے کو اور لپ (Overlap) کرتے ہیں وہیں، روشنائیوں کے شفاف ہونے کے سبب، رنگوں کی آمیزش سامنے دکھائی دینے لگتی ہے۔

(3) نسبی کمیتوں (Relative Masses) کی بالکل صحیح ترتیب کے حصول کے لیے پروسس کیمرا (Process Camera) سے مدد لی جاسکتی ہے۔ دوسرے کو رنگ مائیز (Astigmatise) کر لیا جاتا ہے اور رنگوں کو درست کر لیا جاتا ہے۔

(4) اگر چاروں رنگوں میں آؤٹ لائنیں موجود ہوں تو ان پر لائن آرٹ درک کرنا پڑتا ہے اور اس کام کے لیے پہلے لائن ٹیکینگ بناتے ہوئے ہیں اور پھر انھیں ہاف ٹون ٹیکینگ سے متحدہ کرنا ہوتا ہے۔

رنگین مطاعت (Colour Printing)

مطاعت کے رنگ کا دارومدار پر خشک پرنٹس کے فاؤنٹین

کرنا چاہیے تاکہ پلٹ کی تیزی اور رنگوں کی طبعی (Colour Separation) اطمینان ہو۔

● کچھ میگزین سپارنگ کے علاوہ صرف منتخب رنگوں کے استعمال کی اجازت دیتے ہیں۔ یہ عام طور پر کوئی ایسا شے ہوتا ہے جو سفید کاغذ پر نہایت عمدہ اگلے اور کچھ میں آجانے والے حروف مرتب کرنے میں مدد دیتا ہے اور سیاہ رنگ میں لائن اور ہلف ٹون کی اور پر خشک (Overprinting) کی مہر پر اجازت دیتا ہے۔ مگر ایسے رنگ کا انتخاب پبلیشر کی مرضی اور وہ ایسا کرتے وقت ایڈیٹر کی مصلحت اور دیگر مشتملین کے مفادات کا دھیان رکھتا ہے۔

● پوسٹروں میں دونوں یعنی ہلف ٹون اور فلیٹ رنگوں (Flat Colours) کا استعمال ہوتا ہے۔ روشنائی کے رنگوں کی پختگی کی اہمیت ہوتی ہے کیونکہ پوسٹروں کو دھوپ اور مختلف موسموں کی شدت برداشت کرنی ہوتی ہے۔

● بلاواسطہ سیل (Direct Mail) سے ڈیزائنرز کو صرف پر خشک کی روشنائیوں اور رنگوں کے انتخاب میں بلکہ رنگین کاغذوں کو استعمال کرنے میں بھی مدد ملتی ہے۔ رنگین کاغذوں پر کی جانے والی طاعت مرئی اثرات (Visual Effect) کو ایک نئی وسعت عطا کرتی ہے۔ سفید کاغذ پر سالہ طرکی طاعت کے مقابلہ رنگین کاغذ زیادہ سننے ہوتے ہیں مگر مشتمل کو کارخانہ داروں (Manufacturers) کے فراہم کردہ رنگ پر ہی اکتفا کرنا پڑتا ہے۔

تین بنیادی رنگ، لال اور نیلا استعمال کیے جاتے ہیں کیونکہ چمک دار متحرک رنگوں کا ایک طویل سلسلہ حاصل کرنے کے لیے انھیں پرامیڈز کیا جاتا ہے۔ اگر ایسا بھی ہوتا ہے کہ ضرورت کے مطابق زیادہ مہر کی دکھانے کے لیے سپارنگ کو چھ رنگوں کی حیثیت سے طبع کیا جاتا ہے۔ (ملاحظہ کیجیے موزکینہ کاری میں رنگین کتبہ کاری)۔

مذکورہ بالا کام کے لیے خصوصی طور پر تیار ایسی روشنائیاں استعمال کی جاتی ہیں جن سے اعلیٰ کروم (High Chroma) والے زیادہ سے زیادہ ممکنہ رنگ مل جاتے ہیں۔ ان روشنائیوں کو ”پروسس روشنائیاں“ (Process Inks) کہا جاتا ہے۔

اشہارہ ذرائع میں (استعمال ہونے والے) رنگ

(Colour in Advertising Media)

● رنگوں کے استعمال کے معاملہ میں اخبارات سب سے زیادہ حد بندی (Limitation) قائم کرتے ہیں۔ بشکل ہی کوئی رنگین اشہارہ اخبارات میں شائع ہونے میں حتیٰ کہ خمیدہ میں بھی رنگین اشہارات شائع نہیں ہوتے۔

● تمام رنگوں میں زیادہ تر اشہارات میگزینوں میں چھپتے ہیں چاہے اس میں پر خشک سے متعلق کوئی پروسس بھی کیوں نہ استعمال کرنی پڑتی ہو۔ میگزینوں میں اشہارہ کی شرح میں بھی سب سے زیادہ ہوتی ہیں اور رنگین اشہارات سے میگزینوں کو آمدنی بھی بہت ہوتی ہے۔ رنگین اشہارات کافی عرصہ قبل مع

لے آؤٹ کے اصول (Principles of Layout)

کے تحت پر لمبک (Fulcrum) سے زیادہ فاصلہ پر پھرنے کے نزدیک پیشے ہونے سونے سے آوی کو متوازن کر رہا ہو۔

ہر ایک لے آؤٹ کے لیے باقاعدہ قوانین چاہیے۔ کسی مستحکم نظارہ کا مظاہرہ ہی کیوں نہ کر رہا ہو بہر حال اس کی یکسانیت اتنا دینے دلی ہوتی ہے۔ حتیٰ کہ ایک نا تجربہ کار بھی اسے جلد سمجھ سکتا ہے۔ بے قاعدہ قوانین بہت سی ممکنہ تر تباہی مہیا کر دیتا ہے۔ جب نگاہیں ایک چیز پر سے بے بساقت ہوتی کسی دوسری شے پر مرکوز ہونے کی کوشش کرتی ہیں تو تمام نظارہ بڑا متحرک ہو جاتا ہے۔ اس میں باہمی اور ندرت زیادہ ہوتی ہے اور مناظری طور پر اندراجات (Items) کو متوازن کرنے کا بہتر تجربہ سے ہی سیکھا جاسکتا ہے۔ بے قاعدہ قوانین (Informal Balance) دکھا کر ہم چیزوں کو حرکت میں دکھاسکتے ہیں اور اس سے لے آؤٹ کی خوشنمائی میں بھی اضافہ ہو سکتا ہے جب کہ باقاعدہ قوانین سے یہ بات بیدار نہیں ہو پاتی۔

(2) تناسب (Proportion)

سائز اور وزن (رنگ اور نوعی کثافت) کے مابین واقع نسبت کو تناسب کہا جاتا ہے۔ جب دو عناصر شانہ بشانہ رکھے ہوں تو دو دیکھنے والے کے ذہن میں لازماً اپنے نامین تناسب کا مشاہدہ کرنے کی حس اجاگر کر دیتے ہیں۔ ایک عنصر کی چوڑائی اور گہرائی اور اس کے حصے آپس میں اور دیگر عناصر کی چوڑائی اور گہرائی اور اشتہار کی لمبائی چوڑائی (پورے سائز) سے تعلق رکھتے ہیں۔ ان سب باتوں کو دھیان میں رکھا جاتا ہے۔ ان تمام عناصر کے درمیان جگہ بھی اہم کردار ادا کرتی ہے۔ (دیکھیے A)۔

کچھ موقعوں پر اس بات کی اہمیت بڑھ جاتی ہے کہ ایک جالی بچانی سائز والی شے کو استعمال کر کے کسی دوسری ایسی شے کی جسامت دکھائی جائے جس کی ایسی وضع قطع ہی مگر لوہن ہو۔ جیسے ایک چھوٹا سا زورہ بھی خوردبین سے دیکھنے پر پہلا نظر آسکتا ہے۔ جگہ کو دو یا چار مساوی حصوں میں تقسیم کرنے سے اجتباب کیا جاتا ہے۔ سہرے کی طرح (Golden Oblong) یعنی 3:5 کو نویت دی جاتی ہے کیونکہ یہ دیکھنے پر زیادہ جوش آفریں لگتا ہے۔

لے آؤٹ میں استعمال ہونے والے عناصر اور اجزا ڈیزائن کے بنیادی اصول کے مطابق ہوتے ہیں تاکہ ان میں مناسب ترتیب اور درستی پائی جائے۔ مگر ایک لے آؤٹ (Graphic Layout) کے لیے یہ اصول ایسے ہی ہوتے ہیں جیسے نثر کے لیے کہ اس کے اصول۔

ان (اصولوں) کی تعداد اس بات پر منحصر ہوتی ہے کہ آپ کس قسم کے الفاظ ا کلمات استعمال کرتے ہیں۔ مندرجہ ذیل اصول کافی حد تک آفاقی طور پر تسلیم شدہ ہے۔

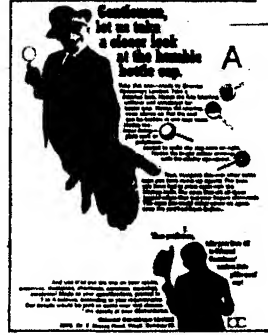
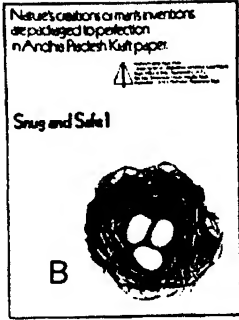
اپنے مقاصد کے حصول آدری کے لیے ہم جن اصولوں کو بروئے کار لاتے ہیں ان کا تعلق دو جہتی (Two Dimensional) علاقہ سے ہے جسے ہم مکمل جگہ یا فیکس یا سیمس (Space) بھی کہتے ہیں۔

(1) توازن (Balance)

لے آؤٹ میں موجود عناصر کے درمیان توازن موجود ہونا چاہیے۔ مختلف عناصر میں ان کے سائز اور نوعی کثافتوں (Tonal Densities) (قدروں) کی مناسبت سے ہی اوزان (Weights) بھی ہونے چاہئیں یعنی کثافت کے اعتبار سے اہمیت بھی ہونی چاہیے۔

لے آؤٹ کے فریم ورک (حدود) کے اندر یہ اوزان ایک دوسرے کے متوازن ہونے چاہئیں یعنی ایک عنصر کا دوسرے عنصر پر اتنا بڑا نہ ہونا چاہیے کہ وہ فریم ورک میں ماند پڑ جائے یا جس کی وجہ سے پاؤنڈری ڈھونڈنے کی ضرورت پیش آجائے۔ عناصر کو چاہیے کہ وہ اشتہار کو سکون کی حالت میں رہنے دیں۔ تاہم تمام عناصر کافی جاندار ہونے چاہئیں۔

توازن باقاعدہ (متشاکل) بھی ہو سکتے ہیں اور بے قاعدہ (غیر متشاکل) بھی۔ باقاعدہ توازن پیدا کرنے کے لیے اشتہار (Advertisement) کے نصف بائیں جانب واقع عناصر کے سائز، شکل و صورت (وضع قطع) اور وزن کو نصف دائیں جانب میں دہراتا ہوتا ہے جیسے تاج محل کو مثل کے طور پیش کیا جاسکتا ہے۔ بے قاعدہ نوعیت کے توازن میں اوزان مناظری طور پر توازن میں ہوتے ہیں مگر طبعی طور پر توازن میں نہیں ہوتے۔ بالکل ایسے ہی سمجھ لیجیے جیسے ایک بچہ ”سی سا“ (See-saw)



کسی بھی جگہ میں مختلف عناصر کی جڑوں میں تبدیلی کے کے عمودی یا افقی زور احساس پیدا کیا جاسکتا ہے۔

(3) ترتیب / تواتر (Sequence/ Rythm)



C

کسی کہانی کو اتنے اسے عروج تک بھی بیان کیا جاسکتا ہے اور اس طرح بھی بیان کیا جاسکتا ہے کہ پہلے عروج بیان کر دیا جائے، پھر مختلف واقعات بیان کیے جائیں۔ چاہے ایسے ہو یا بے بہر حال اس میں ایک ترتیب ضرور ہوتی ہے۔ اسی طرح لے آؤٹ میں بھی ترتیب برقرار رکھنا نہایت ضروری ہے کیونکہ ہم کچھ قلیل عرصہ میں اپنے پیغام کی ترتیب چاہتے ہیں۔

اس مقصد کے حصول کے لیے عناصر کو آنکھ کی حرکت کے عمودی خط کے ساتھ مرکوز کیا جاسکتا ہے جیسے سب سے اوپر بائیں جانب، سب سے اوپر دائیں جانب، نیچے بائیں طرف، نیچے دائیں طرف (دائیں / بائیں)۔ یہ انداز آنکھ سے والے کیسائیٹ والا بھی ہو سکتا ہے۔ اسی لیے ڈراما ستر ایک قاری کی رجنائی اس انداز میں کر سکتا ہے کہ اس (قاری) کی نگاہیں بے مقصد لومر اور نہ بھٹکتے پائے اور وہ ایک متعینہ رلو پر گامزن رہے۔ اس سلسلہ میں وہ مندرجہ ذیل حقائق سے استفادہ کر سکتا ہے:

- چھوٹے اور بچے عناصر کے مقابلہ بڑے اور کثیف تر عناصر اپنی جانب زیادہ توجہ مبذول کرا لیتے ہیں (دیکھیے B)۔
- کسی مجوزہ رلو پر چلتے پھرتے لگاؤ جس جگہ سے ہمت لگاتی ہوں وہاں ایک لطیف سی ترتیب، خطوط و تیردوں کے نشانات کے مقابلہ ڈراما ستر



غیر حقیقی بھی۔ غیر حقیقی محور زیادہ معنی خیز ہوتے ہیں۔ ڈیزائنر کو کاروائی کر کے زیادہ مواقع فراہم کرتے ہیں۔ دراصل اگر دو یا دو سے زیادہ عناصر ایک ہی محور استعمال کریں تو اس سے لازمی طور پر اتھارڈ ریشٹ قائم ہو جاتا ہے۔

- ایسا محسوس ہوتا ہے کہ آکھ بھی کسی مکمل جگہ میں واقع تین چیزوں کو منسلک کر کے ان میں ایک ریشٹ قائم کر سکتی ہے۔ ڈیزائنر اس ترتیب سے ممبر پر استفادہ کرتے ہوئے پیغام کو تین اکائیوں یا جھانچوں میں تقسیم کر دیتا ہے (دیکھیے D)۔

(S) کنٹراسٹ (درد احساس) Contrast (Emphasis)

یہ بہت اہم ہے کہ کسی ایک عنصر کس جگہ ہے یہ عنوان ہو یا خاص نشان (Signature) یا کاپی یا پہلے ہی ان کا ایک حصہ ہی کیوں نہ ہو۔ ممبر پر انداز میں اثر انداز ہونے دیا جائے اور باقی عناصر کو ڈبلی کر دلو اور کرنے دیے جائیں۔ ایک مرتبہ اگر قارئین کا درجہ (Attitude) معلوم ہو جائے تو پھر اس سے قارئین تک پیغام رسائی تیر بجھف انداز میں کرنے میں مدد ملتی ہے۔

کے لیے زیادہ امکانات پیدا کر دیتی ہے (دیکھیے C)۔

- اسی طرح میٹر نما ترتیب کے ساتھ ساتھ قاری کی رہنمائی کرنا ایک اور پند یہ طریقہ ہے۔

(4) اتحاد (ہم آہنگی) Unlty (Harmony)

اس سے یہ مراد ہے کہ لے آؤٹ کے عناصر ایک دوسرے سے رجا رکھتے ہیں۔ ایسا نہیں کہ افسانہ ایک دوسرے سے کوئی سروکار ہی نہ ہو۔ متحد ہو کر ہی وہ ایک ہم آہنگ اکائی تشکیل دیتے ہیں۔ ہم آہنگی کے حصول کے لیے مختلف عناصر میں چند مشترکہ باتیں موجود ہونی چاہئیں جیسے وضع قطع، سائز، ہائٹ، رنگ، موڈ وغیرہ۔

مندرجہ ذیل ترکیب پر عمل کر کے افسانہ ایک دوسرے سے جدا نہیں ہونے دیا جاتا:

- تمام اطراف میں پور ڈبنا دینے یا کافی سفید جگہ تشکیل دینے سے کسی بھی حصہ کو باقی دیگر حصوں سے جدا نہیں ہونے دیا جاسکتا ہے۔
- عناصر کو متحد رکھنے کی سب سے زبردست ترکیب، محور (Axis) تشکیل دینا ہوتا ہے۔ ایک سے زیادہ محور بھی ہو سکتے ہیں — حقیقی بھی اور

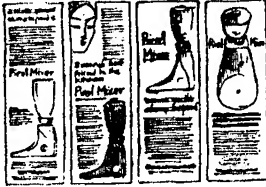
لے آؤٹ، قدم بہ قدم (Layout, Step by Step)

لے آؤٹ (Layout)

جانے والے رنگ وغیرہ کے بارے میں یقین مکمل منصوبہ بندی کے بارے میں پوری معلومات ہوتی ہے۔ ایک محو لے آؤٹ کی جانچ اس طرح ہو جاتی ہے کہ اگر اس میں سے ایک عنصر بھی کم ہو جائے تو لے آؤٹ کا توازن، تناسب، اتحاد اور ہارمونی وغیرہ بگڑ جاتا ہے۔

(1) تصویب ٹیل (Thumbnails)

کسی بھی لے آؤٹ ایسائنمنٹ (Layout Assignment) کے لیے چھوٹے سائز کے اسکیچز (Sketches) ہوتے ہیں۔ یہ لے آؤٹ بنانے کی سب سے پہلی اسٹیج ہوتی ہے جسے عموماً سفید کاغذ پر قلم، پینسل، بال پوائنٹ، فیلٹ مارکر (Felt Marker) یا کسی بھی ڈرائنگ بنائے والی چیز سے بنایا جاتا ہے۔



یہاں جو تصویر دکھائی گئی ہیں ان میں مشورہ کے مطابق اصلاحات کی جاسکتی ہیں۔ اس میں ایک ہی سائز کی ریف تصاویر نیم شفاف پیپر پر بنائی گئی ہیں۔ اس طرح بہتر فیصلہ کرنے میں آسانی ہو جاتی ہے اور غلطیاں ہونے کے امکانات نسبتاً کم ہو جاتے ہیں۔

مقصد

• ریف لے آؤٹ کو گاہک کے سامنے رکھا جاتا ہے تاکہ وہ اس کے مرئی پیغام اور مجموعی عناصر سے رتبہ ہونے والے پیغام کو محسوس کر سکے۔

لے آؤٹ تیار کرنے کا مطلب ہوتا ہے دی ہوئی جگہ میں بصری پیغام کے اجزائے ترکیبی کو مرتب کرنا۔ انسانی ذہن میں اس ترتیب کے لیے مختلف تصورات تخلیق کے کوئڈے کی مانند آتے جاتے رہتے ہیں مگر انہیں پیش کرنے کے لیے کاغذ پر مرتب کرنے کے سلسلہ میں، باقاعدہ نوعیت کے مختلف مراحل سے گزرنا پڑتا ہے اور اس بات کا مطالعہ کر لینے کے بعد یہ بات آپ پر واضح ہو جائے گی۔ ہر اسٹیج یا مرحلہ کا کچھ نہ کچھ مقصد ہوتا ہے۔ لے آؤٹ ڈیزائنر ایک چھوٹے سے محدود دائرہ میں کام کرتے ہیں مگر اس کے باوجود بھی ان کے سامنے تخلیقی انجام دینے کے بھرپور مواقع موجود ہوتے ہیں۔

انجینیئری اسٹوڈیو میں کام کر تحقیقی کام اور میکانیکی کام کے ماہرین کے مابین تقسیم کر دیا جاتا ہے۔

لے آؤٹ ہی کیوں؟

(1) یہ ایسے مختلف عناصر کے آپسی رشتہ کو دکھانے والے تصور کا طبعی اظہار ہوتا ہے جو اشتہار کے پورے پیغام کو تشکیل دیتے ہیں۔ تحقیق نگاروں کے پاس مواقع ہوتے ہیں کہ وہ اپنے گاہکوں کو پیش کرنے سے قبل اسے اور بہتر بنا سکیں۔

(2) گاہک کے لیے جبری کوئی معیاری شکل نہیں رہ پاتی۔ محوہ ری پروڈکشن کے لیے صرف تکنیکی اصلاح کی محتاج رہ جاتی ہے۔

(3) اسٹوڈیو کے پاس، پوری طرح تکمیل شدہ (Finished) آرٹ ورک کے مختلف اجزائے ترکیبی کی کاپی (تحریری مواد) اور تصویروں کو جمع کرنے کے لیے ایک واضح منصوبہ بندی موجود ہوتی ہے۔

(4) چھاپنے والے کے پاس ایک بصری گائیڈ لائن (Visual Guidelines)

ہوتی ہے جس میں ٹائپ سٹیک (Typesetting)

حروف سازی (Lettering)، تصویروں کو چھاپنے کے سائز، تصاویر کے سلسلہ میں کنڈہ کار کے لیے خصوصی ہدایات، مختلف معلومات پر استعمال کیے

(2) رف لے آؤٹ (Rough Layout)

یہ رف ڈیزائن سرٹی (Visuals) ہوتے ہیں تاکہ ایڈیٹر/ڈیزائنر ایک ایجنسی اور گاہک مجموعی اشتہاری منصوبہ بندی پر گفت و شنید کر سکیں۔
کچھ عناصر صرف سائز اور وضع قطع (Shape) کا خیال دلانے والے ہیں۔



متعدد

- اس احساس کا تصور کرنا کہ آخری مطبوعہ پیغام کس شکل کا ہو گا۔
- بہت زیادہ وقت اور رقم خرچ نہیں ہونا چاہئیں کیونکہ کہیں ایسا نہ ہو کہ گاہک اسے پسند ہی نہ کرے۔ اس بات کا قیاس کر لیا جائے کہ تحقیق کاروں کی جماعت اس اظہار سے مطمئن ہے۔
- اس بات کا مستحکم منصوبہ بنالینا کہ مجوزہ اشتہاری مہم کی خوبیوں اور خاصیتوں پر گاہک سے کس طرح گفت و شنید کی جائے۔

ڈیزائنر کو کون ہاتوں کا خیال رکھنا چاہیے؟

- ☆ جس طریقہ سے چمپائی ہوئی ہے اور جس قسم کا فنڈ استعمال کیا جاتا ہے۔
- ☆ سائز تقصیلات کے مطابق ہو۔
- ☆ ترتیب عمدہ طور پر مقررہ ہو اور اس میں سے کوئی اندراج (Item) بھی غائب نہ ہونے پائے۔
- ☆ حروف سازی (Lettering) سے سائز، اشکال اور وزن کا قیاس لگایا جاسکتا ہو۔ اصل مہارت کے لیے استعمال کیے جانے والے صحیح الفاظ، صرفی طے کردہ صاف صاف چھپ کر اگر فراہم کر دی گئی ہو۔

- لے آؤٹ کے اصولوں کے مطابق ایک ہی پروڈکٹ کے مختلف نمونہ پیش کیے جاتے ہیں اور ان میں سے کوئی ایک پسند کر لیا جاتا ہے۔
- پسند و قبول کر کے اگلے مرحلہ کے لیے رف لے آؤٹ ملتا۔

رد عمل (Reaction)

- جو قصبہ نکل سب سے بہتر انداز میں ترتیب دینے کا کام انجام دیتی ہے صرف وہی منتخب کی جاتی ہے۔ یہ ضروری نہیں کہ ڈیزائنر جس قصبہ نکل کو فوریّت دیتا ہے وہی منتخب (بھی) کر لی جائے۔
- یہ قصبہ نکل وہ ہوتی ہے جو سب سے بہتر دکھائی دے، جسے دیکر کربات جلد سمجھ میں آجائے، جس میں بہتر تصور فروخت اور منفعت پیش خیال ہو رہا ہو۔
- یہ غیر معمولی طور پر غریب اور عیاری سے پر نہیں ہونی چاہیے کیونکہ ایسے لے آؤٹ سے اسرار الجھن پیدا ہوتی ہے۔
- اس مرحلہ پر ڈیزائنر اپنے طور پر آزادانہ قصبہ نکل انتخاب کرتا ہے۔

ڈیزائنر کو کون ہاتوں کا خیال رکھنا چاہیے؟

- ☆ قصبہ نکل رقبہ کا سائز موٹے طور پر لے آؤٹ ایس کے تناسب میں ہونا چاہیے۔
- ☆ اس میں دکھائے جانے والے تمام عناصر اسی تناسب سے چھوٹے کر کے دکھائے جانے چاہئیں۔
- ☆ اسے تیزی سے کام کرنا چاہیے، اور کام کرنے کا یہ رفتار اس کے ذہن میں پیدا ہونے والے متنوع ترتیب کی رول میں حائل نہیں ہونا چاہیے۔
- ☆ ان اجزاء کی تقصیلات کم اہم ہیں۔ ان کا سائز وضع قطع قطع اور وزن کسی خاص نتیجہ پر پہنچنے کے لیے زیادہ اہم ہیں۔

حرید کارروائی جاری رکھنے کا فیصلہ کون کرتا ہے؟

- تصوراتی نقشہ کار/غماک کار (Visualiser) یا آرڈرائزنگیئر، جو محتاصر کی سائز بندی کا کام شروع کرتا ہو اور انھیں مطلوبہ جگہ میں رکھتا ہو۔

سبب جو گاہک، دف لے آؤٹ کی طرف متوجہ نہیں ہو پاتے اب ہم اس کے سامنے مفصل لے آؤٹ رکھتے ہیں جس میں اس کے سامنے تمام تفصیلات موجود ہوتی ہیں اور اب یہ لے آؤٹ اس کی سمجھ میں آ جانی چاہیے۔

مقصد (Aim)

- فاضل آرٹ ورک پر رقم اور وقت خرچ کیے بغیر ایڈورٹائزمنٹ کی افکار صورت کا اندازہ لگانا۔
- اگر بہت زیادہ معلومات نہ کی جائیں تو کام کو بے کار نہ جانے دینا۔
- گاہک کی منظوری حاصل کرنے کے لیے پرائیڈر غیر مبہم پیش کش کی تیاری۔

رد عمل

- گاہک لے آؤٹ کو اپنی منظوری دے سکتا ہے۔
- وہ کچھ مشورے اور تجاویز پیش کر سکتا ہے اور پھر ایجنسی کے ماہرین کے ہر در کے کام جاری رکھنے کو کہہ سکتا ہے۔
- اس سلسلے میں کچھ ایسے مشورے بھی دیے جاسکتے ہیں جن کی رو سے لے آؤٹ کے کچھ حصوں کو از سر نو بنانے کی نوبت آجائے اور یا پھر یہ بھی ہو سکتا ہے کہ لے آؤٹ کو یک سر مسترد ہی کر دیا جائے۔
- وہ ڈیزائن کی بنیادی پیش کش (Basic Approach)، موضوعاتی تصور (Thematic Concept) کو بھی مسترد کر سکتا ہے جس کا مطلب ہے کہ اب تک جو بھی کام ہوا اور اینکال چلا گیا۔ حریف کی اشتہاری مہم یا سماجی سیاسی مواقع کے تحت کبھی کبھی ایسا کرنا ضروری ہو جاتا ہے۔

ڈیزائنز کو کن باتوں کا لحاظ رکھنا چاہیے؟

- ☆ جس طریقہ سے چمپائی ہوتی ہے اور جس کا نقد پر ہوتی ہے، اس کا لحاظ رکھئے۔
- ☆ سازش — فراہم کردہ تفصیلات کے مطابق ہو۔
- ☆ ترتیب (لے آؤٹ) تقریباً مکمل ہو اور اس میں بمشکل تمام ہی کوئی ایسا عنصر باقی رہ جائے جس پر دھیان نہ دیا گیا ہو۔
- ☆ سرخی اور کاپی کو ٹائپ سیٹ کرانے کے بعد صحیح مقام پر چسپاں کر دیا گیا ہو۔
- ☆ تصاویر، تفصیلات اگر ہاتھ سے تیار کی جاتی ہوں تو تقریباً مکمل کرنی

☆ تشکیل یا تصویر (Illustration) سے مضمون اور تکنیک کا قیاس لگایا جاسکے یعنی یہ ہاتھ سے بنائی ہوئی ہو، فوٹو گراف ہو جو آکس کھر سے یا ووڈ کٹ (Wood Cut) وغیرہ سے بنی ہو۔

☆ مجموعی موڈ کا قیاس زیادہ دیکھ کر ہوتا ہے۔

☆ اگر رنگین طباعت کی جاتی ہو تو کھر انکسٹم دکھا دی جائے۔

مرتب کارروائی جاری رکھنے کا فیصلہ کون کرتا ہے؟

- آرٹ ڈائریکٹر، کاپی رائٹر، تحقیقی ڈیزائنر اور ایجنسی کا اکاؤنٹ ایگزیکٹو کی تجویز (Account Executive)۔ ایک مرتبہ یہ منظوری دے دیں تو پھر اسے گاہک کے سامنے پیش کر دیا جاتا ہے۔
- گاہک کی جانب سے چیئرمن، چیف ایگزیکٹو، ای۔ آر۔ پرو (PRO) اور ایڈورٹائزنگ مینجر بھی ذمہ دار ہوتے ہیں۔

(3) جامع لے آؤٹ (Comprehensive Layout)



یہ عمدہ طور پر تیار شدہ دف لے آؤٹ (Rough Layouts) ہوتی ہیں۔ اس سے سمجھنے کے مواقع اور قدر دانی میں اضافہ ہو جاتا ہے کیونکہ تفصیلات بیان کرنے پر زیادہ سرمایہ اور وقت صرف ہو چکا ہوتا ہے۔ تمام عناصر یعنی ہیڈ لائن (Headline)، بڈی کاپی (Body Copy)، تفصیلات (Illustrations)، خاص پیمان (Signature) بہت واضح اور سمجھ میں آجائے والے ہوتے ہیں اور نہ کہ وہ بالا عناصر کے ڈیزائن مسائل بھی سمجھ میں آجائے ہیں۔ کچھ بھی سوچنا سمجھنا پڑتا نہیں رہ جاتا۔ تفصیلات کی کمی کے

رد عمل

- وہی رد عمل ہو سکتا ہے جو رفلے آؤٹ میں بنایا گیا ہے۔ تاہم اگر مکمل کام کو منظور مل جاتی ہے تو وقت کی بچت ہو جائے گی کیونکہ کام کا ایک حصہ پہلے تشکیل دیا جاتا ہے۔
- اگر منظور نہ ملی تو رفلے آؤٹ کے مقابلہ نقصان بھی زیادہ ہوگا۔

ڈیزائنز کو کن باتوں کا لحاظ رکھنا چاہیے؟

- ☆ جس طریقہ سے چمپائی ہونی ہے اور جس کاغذ پر ہونی ہے اس کا لحاظ رکھے۔
- ☆ اصل عبادت اور تصاویر میں اصلاح کرنے کے ضمن میں مشورے حاصل کر کے حسبِ خواہشات کئی گئی ہوں اور حسبِ ضرورت منظوری حاصل کر لی گئی ہو۔

- ☆ ڈیزائن کی ضروریات کے مطابق عنوان ہاتھ سے لکھا جاتا ہے یا ٹائپ سیٹ کے ذریعہ لکھا جاتا ہے اور پر خشک پریس کے مطابق کام کی نوک چمک درست کر لی گئی ہے یا نہیں۔

- ☆ چمپائی کی ضروریات اور ڈیزائن سے متعلقہ تفصیلات کے مطابق تمام تصاویر/تفصیلات کی مناسب انداز میں نوک چمک درست کر لی گئی ہو۔

- ☆ اس بات کا بھی دھیان رکھے کہ پرنٹ میڈیم سے حاصل ہونے والے ٹرف کارڈ (Tariff Card) کی مطلوبہ تفصیلات جیسے کاغذ کے سائز سے مطابق اسکرین کی تیاری پر عمل آوری ہو گئی ہو۔

مزید کارروائی جاری رکھنے کا فیصلہ کون کرتا ہے؟

- آرٹ کی کوالٹی کی گھڑائی کرنے والا آرٹ ڈائریکٹر۔
- ذرائع ابلاغ کی تفصیلات کی جانچ کرنے والے پروڈکشن مینیجر اور میڈیا مینیجر۔

گئی ہوں۔ اگر فوٹو گراف تیار کرنا ہو تو اصل شے یا اصل ماڈل کے فوٹو گرافس بھیج کر اور ان کے پروڈاکٹ پرنٹ نکلو کر صحیح مقامات پر چسپاں کر دیے گئے ہوں۔

☆ کہیں ایسا تو نہیں کہ چسپاں کرنے کا نشان رہ گیا ہو جو بعد میں بھی دکھائی دیتا رہے اور اس طرح اس سے پریشانی اٹھانی پڑے۔ گاہک کو دکھانے کے لیے ایک صاف پروڈاکٹ تیار کر دایا گیا ہو۔

مزید کارروائی جاری رکھنے کا فیصلہ کون کرتا ہے؟

- رفلے آؤٹ والے مرحلہ پر فیصلہ کرنے والے لوگ ہی یہاں بھی فیصلہ کرتے ہیں۔

(4) آرٹ ورک (Art Work)

ذرائع ابلاغ کو بھیجنے کے لیے پیغام کی تیاری کی یہ آخری شکل ہوتی ہے۔ یعنی

— پرنٹر چاہے کسی نیوز میڈیا یا ایجنسی کے لیے کام کرنا ہو۔

— پینٹر آؤٹ ڈور بورڈنگ (Outdoor Hoardings)، مختل کیے جانے والے نمائش (Mobile Display) وغیرہ کی صورت میں۔

مقررہ

- اس بات کا اندازہ لگانا کہ جب یہ پیغام (اشتہار) مختلف ذرائع ابلاغ کو چھپانے کے لیے بھیجا جائے تو اس کی چمپائی عمدہ ہو۔
- اشکال، تفصیلات عمدہ طور پر معرض ہوں جس میں سائے دار حصہ میں تفصیلات دکھانے کے علاوہ اہم حصوں کو واضح طور پر دکھایا جائے۔
- الفاظ واضح، پورے، جلی اور اس انداز میں چھپ جائیں کہ یہ آسانی پڑھے جائیں۔
- اگر تکنیک چمپائی کر دانی ہو تو کلر اسکیم کے ہدایات کے مطابق اور ممکنہ حد تک اصل شے کے مطابق ہو جائے۔

پوری طرح تیار لے آؤٹ (Finished Art - Layout)

پیدا ہو جاتی ہے۔

(2) تصاویر/تصویرات (Illustrations): یہ فوٹو گرافس بھی ہو سکتی ہیں اور ہاتھ سے بنائی ہوئی بھی۔ فوٹو گرافر کے پاس منتخب کرنے کے لیے کبھروں کے مختلف ہالوں کے آلات موجود ہوتے ہیں۔ ان کبھروں سے مختلف قسم کے عکسے شکر رہتے ہیں (کلوز اپ) (Close Up)، (واید انگیل) (Wide Angle)، (فیش آئی) (Fish Eye) وغیرہ۔ اس کے علاوہ مختلف قسم کے فلٹر (Filters) اور مضامین (Enlargers) وغیرہ بھی ہوتے ہیں۔ اسٹیج اور ایکٹروں کا بندوبست — ہالوں اور ٹیک ڈراپ (Models and Backdrops) — کی ذمہ داری آرٹ ڈائریکٹر کی ہوتی ہے۔ جو شاٹ سیدھا اور واضح نظر آتا ہے وہ سکتا ہے کہ وہ بھی اسٹیج پر کی جانے والی ادکاری ہو کیونکہ ایڈورٹائزمنٹ پلان میں اس کا لحاظ رکھا گیا ہے۔ دور لکھنے والی (فوٹو گرافک) یا پھر کلر ڈرائس پیر نی (Colour Transparency) بھی تیار کر سکتا ہے۔

ڈرائس پیر نی کا سائز جتنا بڑا ہو تا ہے تصویلات بھی اتنی ہی واضح ہوتی ہیں۔ اس کے عمومی سائز ہیں۔

35mm, 2 1/4" x 2 1/4", 2 1/4 x 3", 4" x 5", 5" x 7", 8" x 10"
ڈرائس پیر نی (Transparency) کے ذریعہ تعطلیل (Project) کی جانے والی تصویلات کی چمک دمک کی برابری کا اندازہ پر تیار شدہ کسی بھی ریڈیو کسٹمن سے نہیں کی جاسکتی۔

ڈرائس پیر نی میں کسی کیونکہ معیاری رنگ استعمال کیے جاتے ہیں اس لیے ریڈیو کسٹمن میں بہت زیادہ دشواریاں نہیں ہوتیں۔ کسی بھی آرٹسٹ کی پلٹ (Palette) میں بہت سے ایسے رنگ بھی موجود ہوتے ہیں جنہیں معیاری پریس انک (Process Inks) سے دوبارہ نہیں بنایا جاسکتا جیسے زمردی ہرا (Emerald Green)، آسانی (Indigo)، خالص انڈرا میرین (Pure Ultramarine) وغیرہ۔

کسی پیغام (اشہاد) کے لیے لے آؤٹ سے اندازہ خیال بعض مرتبہ تصویلات اور الفاظ سے کہیں زیادہ پر اثر ثابت ہو تا ہے۔ ایک بار منظور کیل جائے تو پھر تصویلات کی جستجو شروع ہو جاتی ہے جو اسے پروسیس کبھرہ (کنڈہ کاری) کے لیے تیار کر دے۔ کارڈ اینیاں تین خاص انداز کی ہوتی ہیں:

- (a) مختلف عناصر کو تشکیل دینے کے لیے الفاظ اور تصاویر تیار کرنا۔
- (b) کنڈہ کاری اور مطاعت کے بہترین نتائج کی برآمدگی کو یقینی بنانے کے لیے حسب ضرورت نوک ٹپک درست کرنا۔
- (c) منظور شدہ لے آؤٹ کی اسکیم آف پلین سیٹ (Scheme of Placement) کے مطابق، بہت ہو شاری برستے ہوئے عناصر کو یکجا کرنا۔

الفاظ اور تصویلات/تصاویر تیار کرنا

- (1) سرٹی (Head Line) اور بڑی کاپی (Body Copy): زیادہ تر الفاظ، آرٹ ہیچ پر پی البدیہ (Off Hand) یا بے ساختہ انداز میں ہاتھ سے لکھے ہوئے سیاہ پروف (Proofs) ہوتے ہیں جنہیں علاقائی ٹائپ سٹروں (Typesetters) سے خرید لیا جاتا ہے۔ (بڑے شہروں میں) کچھ بلور پریس پرنٹ دکانیں ہوتی ہیں جن کے یہاں بہت طرح کے ٹائپ فیس (Type Faces) دستیاب ہو جاتے ہیں کیونکہ یہاں خاص طور پر یہی کام انجام دیا جاتا ہے۔

کچھ ٹائپ سٹروں کے پاس خصوصی کبھرہ ہوتے ہیں جو تحریروں کو کسی بھی زاویہ پر (مائل) کئے اور کسی بھی شکل میں فوٹو کئے۔ اس کے علاوہ کبھرہ سے تحریر کو چلی یا کھنی بھی کر سکتے ہیں۔

لیٹرنگ آرٹسٹ اور ماہر ان خطاطی حروف کو لکھنے کی نئی وضع قلع مٹا کر دیتے ہیں کہ وہ صرف حروف ہی نہیں رہے بلکہ ان میں زیادہ متنوع

ہو جاتی ہیں۔ اسے کبھی بھی چھوڑنا نہیں جایا جاتا۔

پیشک (Finishing)

اس سے مراد ہے آرٹ ورک، ٹمکی کاپی (Reflection Copy) یا شفافیت (Transparency) میں پائے جانے والے نقائص کا دھیان رکھنا کیونکہ اگر ان کیوں کو دور نہ کیا جائے تو پرنٹنگ سے ناگوار نتائج برآمد ہوتے ہیں۔

(1) کچھ نقائص تو صاف نظر آ جاتے ہیں جیسے شکستہ کنارے (Ragged Edges)، ٹوٹے پھوٹے جوڑے (Broken Joints)، الفاظ اور لائنوں ڈرائنگوں میں غیر یکساں بلیک ٹون، مسلسل ٹون آرٹ میں دوغ، دھبے، دھندلاہٹ، خراشیں وغیرہ۔

(2) سیلہ وسفید مسلسل ٹون آرٹ میں فوکل قدریں اس قسم کی ہوں کہ وہ پروسیس کیکر کے ذریعہ فلم پر مرتب ہو جائیں تاکہ کارآمد ٹون نتائج برآمد ہوں۔ اسی لیے کیکر ریڈی کاپی (Camera Ready Copy) کی اصطلاح استعمال کی جاتی ہے۔ آرٹ ورک میں کتنا ہی کم سے کم کام کیوں نہ کیا جائے بہر حال ٹون میں اصلاح کرنے کے لیے جب چاہیںز دھات (Chinese White) میں کاجل (Lamp Black) ملا کر کام کیا جاتا ہے تو سب سے بہتر نتائج برآمد ہوتے ہیں۔

(3) اس کے بعد ان ہلکے ٹون کا نمبر آتا ہے جو نوٹوراکھ پیپر پر بالکل ٹھیک ٹھاک دکھائی دیتے ہیں مگر آف دھات کاغذ (Off White Paper) پر ان کی شبیہ ائمہ پر (On Reproduction) نتائج اچھے برآمد نہیں ہوتے جس پر مطاعت ہوتی ہے۔ فوکل قدروں میں اصلاح کرنے کی ضرورت درجش ہوتی ہے۔ اس لیے کاغذ اور پرنٹنگ پروسیس دونوں ہی اہمیت کے حامل ہوتے ہیں۔

(4) صرف سبیل میجر برش (Sable Hair Brush) استعمال کرنے کے بجائے نوٹورافس اور دشین ڈرائنگ ٹون کی مدد بھی قدر (Gradation) میں نوک پلک درست کرنے کے لیے ایئر برش پر زیادہ انحصار کرنا پڑتا ہے۔

جہاں بہت ہی فاضل نتائج (Critical Results) مطلوب ہوں وہاں مشورہ دیا جاسکتا ہے کہ شفافیت (Transparency) میں خاکسری پیمانہ (Grey Scale) شامل کر لیا جائے تاکہ رنگوں کی علیحدگی (Colour Separation) کے وقت مجموعی تبدیلی رنگ (Colour Shift) کے ضمن میں یہ کسی نہ کسی حد تک رہنمائی کر سکے۔

آؤٹ آف فوکس (Out of Focus)، آرٹ، آؤٹ آف فوکس مطاعت (Impression) کی طرح تیار (Reproduce) کر کے کی۔ پروسیسنگ کے دوران کندہ کار فوکس کی کو اہلی کو نہیں سنوار سکتا۔

(3) آرٹ اپنی پسند سے مختلف میڈیم اور مختلف باتوں (Textures) اور رنگوں کے کاغذوں کا انتخاب کر سکتا ہے (دیکھیے "مسلسل ٹون (ہلکے ٹون) حقیقتات"۔) نہ کہ وہ بلا دونوں باتوں کے علاوہ اپنی صلاحیت اور مہارت کو استعمال کر کے وہ کسی مخصوص قسم کے تاثرات (ٹیکٹکس) پیدا کر سکتا ہے۔ اس طرح بہت سے تخلیقی نتائج برآمد ہو سکتے ہیں۔

(4) اگر کوئی آرٹ ایک سے زیادہ رنگ والے باب (Job) کے لیے رنگوں کی علیحدگی (Colour Separation) خود کرے تو رینزیشن کے لیے ہوشیاری سے اس کی جانچ کر لینی چاہیے۔

(5) کوارٹر ٹون (Quarternone) (دیکھیے "کلی طرح کی لائن حقیقتات"، "کوارٹر ٹون حقیقت" بھی دیکھیے) آرٹ کو اس بات کی اجازت دیتی ہے کہ وہ ہاتھ سے نوک پلک درست کر کے روشن اور تاریک حصوں کی تفصیل پر قابو حاصل کر لے۔ اس بات کا دھیان رکھنا چاہیے کہ جب کندہ کار (Engraver) کے پاس پہنچ کر آرٹ ورک کا سائز چھوٹا ہو جائے تو بھی کوارٹر ٹون کی اسکرین قدر (Screen Value) قابل مطاعت رہے۔

(6) ہر ایک حرف ساز (Letterer) اور حقیقت نگار (Illustrator) آرٹ ڈائریکٹری کی بدلیات پر عمل کرنے کی مجبور ہو کر شش کر رہا ہے۔

(7) اکثر ایسا ہوتا ہے کہ آرٹ ورک نیٹا بنایا جاتا ہے۔ جب اسے چھوٹا بنا کر کندہ کاری (Engraving) کی جاتی ہے تو اس کی حقیقتات نمایاں

اگر کندہ کاری، کندہ کار کے کم سے کم شرح سے بھی کم قیمتہ رہی ہوں تو کمائیت اس بات میں نظر آتی ہے کہ تشبیلات کے ساتھ کچھ اور بھی نسخی کر دیا جائے بشرطیکہ تشبیلات بھی ہر سیس کبیرہ سے اسی حد تک تخفیف کرنے کے لیے تیار کی گئی ہوں (جس حد تک نسخی کی جانے والی شے کو کم کرنا ہے)۔ علیحدہ بلاک مائونٹنگ (Mounting) کے لیے 10 mm کا شاید چھوڑنا ضروری ہو تا ہے۔ الگ سے کی جانے والی مائونٹنگ کی فیس کچھ زیادہ نہیں ہوتی۔ بلاک بنانے والے کو جو ہدایات دی جائیں وہ مختصر اور جات، کچھ میں آنے والی اور مکمل ہوں۔ اس بات کو بہر حال سمجھ لیں کہ آرٹ دس اس انداز میں یکجا کیا جائے جس سے بلاک بنانے والے کو وہ سب کچھ بنانے میں آسانی ہو جو آپ بنواتا چاہتے ہیں۔ اصل ہدایات مندرجہ ذیل باتوں پر مبنی ہوتی ہیں:

(i) ساز: جس ساز میں بلاک تیار کرتا ہو۔

(ii) دھات: جس دھات میں بلاک بنواتا ہو۔ جست یا تانبہ۔

(iii) لائن یا فونٹ میں کام ہوتا ہے۔ اگر فونٹ میں کام ہوتا ہو تو اسکرین کی وضاحت کر دی جائے۔

مطلوبہ صفحات میں تشبیلات کی کراپنگ (Cropping of Illustration)، صفحات چھوڑے جانے والے حاشیوں، بلنڈ کی مختلش (Bleed Allowance) کے لیے تراشنے کے نشانات وغیرہ کی واضح طور پر نشاندہی کر دینی چاہیے۔ اور لے (Overlay) پر کندہ کاری کے لیے ہدایت دے دینا چاہیے جہاں مضمون کسی تصویر سے بہت قریب لکھا ہو وہاں وہ پبلو سے اضافی حصہ کو صاف اڑا دے۔ بے تر حیب یا بے ڈول (Irregular) شکل والی تصویر کو کپٹنے کے لیے کچھ حد (Boundary) کا ہونا ضروری ہوتا ہے۔ فوٹو گرافس اور شٹائلوں (Transparencies) کو کندہ کاری میں مطلوبہ رقبہ کے لیے نقاب (Mask) سے ڈھک دینا چاہیے۔

(5) گیلری آرٹسٹ (جو شیعہ نگاری (Rendering) کی خورد روی (Spontaneity) میں یقین رکھتا ہے) کے برعکس گراکٹ ڈیزائنر یہ یقین دہانی کرتا ہے کہ آرٹ (دور) کی شیعہ عمدہ اثرے کی۔ یعنی اس طرح وہ ایک ماہر آرٹسٹ کا کردار ادا کرتا ہے۔

(6) کندہ کار (Engraver) سے یہ توقع نہیں کی جاسکتی کہ وہ رنگوں کی اور ٹولی قدروں کو جذبہ کی کردہ گایدنگہ نقائص دور کر دے گا۔ اس کا کام محض اپنے بلاکس (Blocks) تیار کرنا ہوتا ہے جن سے اصل آرٹ (Original Art) کے مطابق کاپیاں تیار ہو جائیں۔ وہ گراکٹ کو سپاٹ نتائج (Flat Results) سے مطلع کر سکتا ہے۔ اب آرٹ دور کی میں مناسب اصلاحات کرنے کی ضرورت ماری گراکٹ کی ہوتی ہے۔ تجربہ کار آرٹ ڈائریکٹر ان مناسب تلاش کے بارے میں جانچی کر لیتے ہیں۔

یکجا کی (پسٹ اپ) Assembly (Paste-up)

پوری طرح تیار آرٹ (Finished Art) کو ایک تخت بورڈ پر چسپاں کر کے اس پر ایک شٹاف پشش (Transparent Overlay) لگا دی جاتی ہے جس پر کندہ کار کو ہدایات دی جاتی ہیں۔ شٹاف کے طور پر سونے کا تخت کی ایک پشش اور ہوتی ہے جس کا مقصد حفاظت اور جاب کی نشاندہی (Job Markings) کرنا ہوتا ہے۔

— پوری طرح تیار عناصر (Finished Elements) کو برآمدہ پرنٹ کی شل میں، مناسب ساز میں چھوڑا کرنے کے بعد آرٹ دور کی یکجا شکل میں بالکل ٹھیک مقام پر چسپاں بھی کیا جاسکتا ہے۔

— اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ تمام عناصر مطلوبہ تناسب میں نہیں ہوتے۔ ایسی صورت میں اصل آرٹ دور (Art Work) میں غیر متعین (Odd) عنصر کے رقبہ کو ظاہر کر دیا جاتا ہے۔ اس عنصر کے آرٹ دور کو پر ساز کم کرنے اور شٹاف کے نشانات مبادے جاتے ہیں تاکہ کندہ کار اسے مطلوبہ جگہ پر بنا دے۔

کنڈہ کار کو دی جانے والی ہدایات (Instructions to an Engraver)

ذیل میں دیے جانے والے چارٹ سے آرٹ ورک کی تیاری اور کنڈہ کاری میں ممکنہ خصوصی اثرات پیدا کرنے میں مدد ملے گی۔ کنڈہ خصوصی اثرات پیدا کرنے کے لیے یک رنگی، دو رنگی، سرنگی اور کثیر رنگی کنڈہ کاری کا آرڈر دیتے وقت درج ذیل ہدایات کو ملحوظ نظر رکھ سکتے ہیں:

| ایک رنگی | لائن آرٹ | ہالٹ ٹون آرٹ |
|---|---|--|
| پرنٹنگ مشین پر طاعت ایک فرمے (Forme) اور ایک دن (Run) سے کی جاتی ہے۔ آرٹ ورک سیاہ سفید رنگ میں کیا جاتا ہے۔ | (1) کنڈہ کاری کے لیے جس حد تک آرٹ کے کام کو چھوٹا کیا جانا ہو اس سائز کی ضرورت ہوتی ہے۔ (2) لفظی خط (The Word Line): مخصوص ہو تا ہے اس بات کے لیے کہ ہالٹ ٹون کی ضرورت نہیں ہے۔ (3) دھات: جست یا تانبہ۔ | (1) کنڈہ کاری کے سائز کی ضرورت ہوتی ہے۔ (2) اسکرین کے استعمال کرنے کا دار و مدار پرنٹنگ کے لیے استعمال کیے جانے والے کاغذ کی چمک دمک پر ہوتا ہے۔ (3) دھات: جست یا تانبہ۔ کبھی کبھی ایسا بھی ہو تا ہے کہ ڈیزائن کی کنڈہ کاری کے لیے مذکورہ ایک سے زیادہ اثرات (Effects) شامل کرنے کی ضرورت بھی پڑ جاتی ہے۔ |

— رجورسنگ (Reversing)، جزوی طور پر یا کلی طور پر

— وکٹنگ (Vignetting)

— اتصال (Combination)، لائن اور ہالٹ ٹون

— خصوصی پروسس اسکرین: میزو تینٹ (Mezzotint)، مدور خطوط (Circular Line)، وغیرہ۔

— تھریڈ لیں (Badals) کے لیے چھیدنا (Piercing)۔

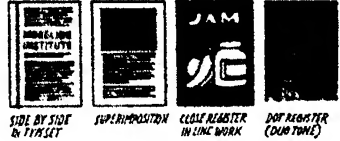
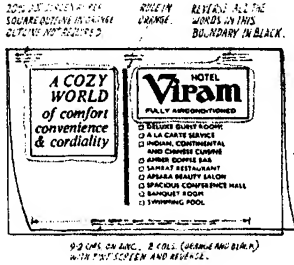
ان میں سے کوئی بھی اضافی کارروائی انجام دینے کے لیے سی تھرو فلیپ (See Through Flap) یا اوور لے (Overlays) کے ذریعہ ہدایات فراہم کی جاتی ہیں۔

دو رنگی

پرنٹنگ مشین پر کاغذ دو رنگوں آرٹ ورک (ڈیزائن) میں دو رنگی عناصر (Runs) میں گزارا جاتا ہے، موجود ہو سکتے ہیں۔
دونوں ہی رنگوں (Runs) میں (1) کیونکہ ایک دوسرے کے قریب قریب۔
طیغہ فرمے (Forme) اور طیغہ۔
رنگ استعمال کیا جاتا ہے۔ (2) ایک رنگ کو دوسرے پر چھایا کیا جاسکتا ہے۔
آرٹ ورک: بلیک اور دھات میں (3) رنگ ایک دوسرے کو چھوٹے ہوئے بھی ہو سکتے ہیں۔
کاغذ اس کے علاوہ فنی کی محتاج نہیں رہتی۔
(4) ڈاٹ رجسٹر میں: دو رنگ (Duotone) بھی ہو سکتے ہیں۔

(1) اور (2) کے لیے آرٹ ورک رنگ الگ کر تا ہے۔ دوسرے رنگ کو مطلوبہ مناسبت کے اعتبار سے دیگر کے اثر کو مٹانے کے معاملہ میں ایک شفاف اوور لے (Overlay) مددگار ثابت ہو تا ہے۔ رجسٹر بارک استعمال کیے جاتے ہیں۔
(3) اور (4) والے کام کنڈہ کار اکیلے بھی انجام دے سکتا ہے۔ چاروں معاملات میں آرٹ ورک سیاہ و سفید رنگ میں ہی کیا جاتا ہے۔
کاغذ اس کے علاوہ فنی کی محتاج نہیں رہتی۔

ان دونوں میں سے کسی رنگ کے لیے بھی ریورسنگ، پونکٹنگ، لائن اور ہاف ٹون کا اتصال (Combination) یا سکرین کا تعارف (Introduction of Screen) ، تبدیلی کے لیے پمپڈت (Piercing of Badlas) وغیرہ کاروائیاں انجام دی جاسکتی ہیں۔
اگر کندہ کار (Engraver) سے خدمات لیٹی مطلوب ہوں تو اسے دونوں قسم کی علیحدگی (Separations) کے لیے واضح ہدایات والا علیحدہ اور لے (Overlay) فراہم کرنا چاہیے (دائیں طرف کی تصویر دیکھیے)۔



آرٹ ورکس

سردہ گی

دور کی ڈیزائنوں کے بارے میں لو پر جو کم بھی کہا جا چکا ہے وہی تین رنگوں کے لیے بھی صادق آتا ہے۔ مختلف ٹون (Tones) والے کسی بھی رنگ کی اوور لپنگ (Overlapping) سے بہت بڑی تعداد میں رنگوں کے شےڈ (Shades) تیار کیے جاسکتے ہیں۔ تاہم سب سے زیادہ اہمیت کے حامل بنیادی رنگ ہوتے ہیں یعنی زرد، سرخ اور نیلا۔ ان رنگوں سے سب سے زیادہ ذوق برق رنگ پیدا کی جاسکتی ہے اور یہی ان کی مقبولیت کا راز بھی ہے۔

پوری گہرائی کے لیے بنیادی رنگوں کے ہر لو کا لے رنگ، اور عمدہ سفید کاغذ، عام طور پر کوٹڈ (Coated) کاغذ کے استعمال سے ممکنہ طور پر کسی بھی آرٹ ورک کے لیے رنگوں کا مکمل رینج تیار کیا جاسکتا ہے۔

کاغذ کو تین بار پرنٹنگ مشین میں گزرا (1) اگر رنگوں کی علیحدگی مطلوب ہو تو یہ رنگین کاپی بھی ہو سکتی ہے یا زراں ہیرنی بھی۔ ذیل میں کثیر رنگی پڑھ لیجیے۔

(2) فلیٹ کالر (Flat Colours) — لائن یا ہاف ٹون آرٹ کے ساتھ ہر اپوزیشن (Super Imposition) ایک یا دو رنگوں میں: آرٹ ورک: بلیک اور وحاشہ میں۔

(1) عکسی کاپی (Reflection Copy): ایسی سطح پر بنے ہوئے رنگین ڈیزائن یا فوٹو گرافس جن میں سے روشنی نہیں گزر سکتی ہو۔

(2) ترسیلی کاپی (Transmission copy): شفاف قلم پر رنگین ڈیزائن۔ حقیقی رنگ دیکھنے کے لیے شے کو سفید سطح پر نقل (Project) کیا جاتا ہے۔

کثیر رنگی (چار رنگی)

تمام کثیر رنگی آرٹ، چاہے وہ کسی بھی میڈیم (Medium) — (Water Colour)، آئل (Oils)، پستیل (Pastels)، فوٹو گرافی — میں پیش کیے گئے ہوں، انھیں صرف دو مردوں میں تقسیم کیا جاتا ہے:

میں فٹ ۲۰ ہوتا ہے اس لیے آرٹ ورک میں تصاویر کے مقام کی نشاندہی کر دی جاتی ہے تاکہ کندہ کار یا پیماس پر عمل کرے۔

— اتصالی اثرات (Combination Effect)۔ بڈلاز و فیرہ کی ہدایات کی نشاندہی اور لے (Overlays) پر کر دینی چاہیے یا یہ ہدایات ڈی (Dummy) لے آؤٹ (گاڈ) کے ذریعہ ارسال کر دینی چاہیے۔

کندہ کار کے لیے ہدایتی نوٹ

(1) چار میٹری ریموں — زور، سرخ، ہلا اور سیاہ کے سیٹ سے کثیر رنگی آرٹ کے کام کی چھپائی کی جاتی ہے۔ اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ اضافی رنگوں (Extra Runs) کی چھپائی کرنے کے لیے خصوصی ریموں کا استعمال تاگزیر ہو جاتا ہے۔

(2) یہ چارٹ، آلیٹ (اور گرے دو رنگ) پر بھی صادق آتا ہے صرف پیمیدائی (Piercing) ممکن نہیں ہے۔ اگر بڈلاز، طویل رن والے ہوں تو تھول ٹیلیں بنائی جاتی ہیں۔ قلیل رن کے بڈلاز کے لیے عمومی آلیٹ رن کے علاوہ میٹر پر بس رن بھی استعمال کیے جاتے ہیں۔

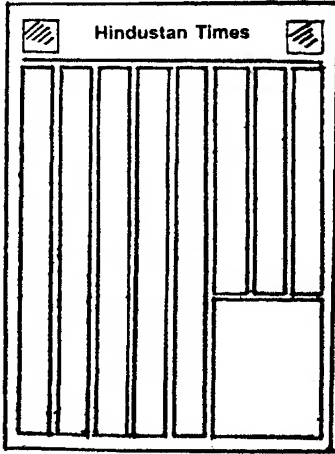
دونوں ہی معاملات میں رنگین ڈیزائن کو لائن آرٹ سے ملا دینے والے کامکاران موجود ہوتا ہے۔ خصوصی اسکرین، قلمی چہرہ (تصویر) (Vignetting)، تبدیلی (بڈلاز) (Changes (Badlas)) کے لیے شبیہ کو چھید (Piercing) وغیرہ — ایک یا تمام ریموں میں۔ اس کے علاوہ دیگر کثیر رنگی تصاویر کے ساتھ ملا دینا (عکس یا شفاف Reflection or Transparent)۔ تاہم اس بات کی سفارش کی جاتی ہے کہ اسٹوڈیو میں اتنا ہی کام ممکن حد تک یکجا کیا جائے جتنا ممکن کاپی میں یکجا کیا جاسکتا ہے۔ اور جہاں اس کی ضرورت نہ ہو وہاں بلاوجہ کندہ کار کو زحمت نہ دی جائے۔ کندہ کار کی خدمات کے لیے لاگت بھی زیادہ آتی ہے اور اس میں وقت بھی زیادہ لگتا ہے۔

— جس حد تک آرٹ ورک کو چھوٹا کرنا (محدود کرنا) ہے۔
— مددحات، لازمی طور پر، تاہم یا سب سے بھرت ہوتی ہے۔
— اسکرین کا انحصار کاغذ پر ہوتا ہے۔ عام طور پر 55 لائنیں فی سینٹی میٹر زیادہ مقبول ہیں۔
— اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ رنگین ڈیزائن کو ٹائپ کاپی کے ساتھ لے آؤٹ

اخبارات (Newspapers)

نذر کر کہا جائے تو شام کے اخبار کو سناٹ تصور کیا جاسکتا ہے (قاریوں کی، بچوں کو نظر رکھ کر)۔

اخبار کو اخبار زیادہ دلچسپی سے پڑھا جاتا ہے۔ اس میں ۸۳۴ صفحات زیادہ ہوتے ہیں جنہیں میگزین کہا جاتا ہے۔ میگزین نیکشن کو ضمیر بھی کہتے ہیں اور عموماً یہ بلا قیمت ہی اخبار کے ساتھ خشک رہتا ہے۔ میگزین نیکشن کے مضامین عموماً ادبی ہوتے ہیں اور اس میں ایک صفحہ بچوں کے لیے ہے۔ اکس کے لیے بھی مخصوص ہو کر ہے۔



اوپر ایک اخبار کا مثالی سرورق دکھایا گیا ہے۔ سب سے اوپر کے ٹیٹل کو اخبار کے نام، ماسٹ ہیڈ (Masthead) اور ایئر ٹیٹل (Ear Panels) میں تقسیم کیا گیا ہے۔ ایئر ٹیٹل، اشتہارات کے لیے ہوتے ہیں۔ نیچے دائیں جانب کی جگہ کو اشتہارات کے لیے فروخت کر دیا جاتا ہے۔ اسے سولس (Sols) کہتے ہیں۔

طاعت کا طریقہ دریافت ہونے کی وجہ سے خاندان کی میں حربہ تیزی آگئی۔ انسان کے اندر اپنے آپس ہونے والے واقعات کے بارے میں جاننے کی شدید خواہش نے "اخبار" کو جنم دے ڈالا۔ یہ روزمرہ شائع ہونے والا ایسا جریدہ ہوتا ہے جو نہ صرف شہر میں ہونے والے واقعات سے ہمیں واقف کرتا ہے بلکہ اس پاس کے شہروں اور دنیا کے مختلف خطوں کی خبریں بھی مہیا کرتا ہے۔ اس کا معیاری سائز (18" x 24") 60 cm x 42 cm ہوتا ہے یا اگر اس کا نصف جیسے جھلاٹا (Tabloid) بھی کہتے ہیں۔

ہمارے ملک میں تقریباً 35 زبانوں میں اخبار چھپتے ہیں۔ زبان کا انتخاب اس خطے کی نوعیت سے کرتا ہوتا ہے جس خطے میں اخبار شائع کرتا ہوتا ہے۔ اخبارات زیادہ تر بڑے شہروں سے شائع ہوتے ہیں کیونکہ: —————
 خبریں اکٹھی کرنے کی آسانیاں موجود ہوتی ہیں۔
 چھپائی کرنے کی بھیگی سہولیات قابل گرفت ہوتی ہیں۔
 روزانہ فروخت کے مواقع زیادہ ہوتے ہیں اور زیادہ آمدنی کی توقع ہوتی ہے۔

— اس پاس کے شہروں کے لیے ذاک ایڈیشن شائع کرنے کے باوجود بھی اخبار زیادہ تر مقامی میڈیم (Local Medium) ہی ہوتا ہے۔
 صبح کے اخبار 2 بجے 5 بجے (صبح) کے درمیان چھاپے جاتے ہیں اور نئے نئے بچے بواڑ کے ذریعہ 7 بجے تک گھروں میں بھجوا دیے جاتے ہیں۔
 سونے طور پر اخبار کے تین اجزائے ترکیبی ہوتے ہیں: خبریں، تقریرات اور اشتہارات۔ صبح کو ان پر عموماً پوری جلی نکلوا دیتی ہے اور آفس جانے والے حضرات آفس جاتے وقت رو میں بھی ان کا مطالعہ کرتے پلے جاتے ہیں، چاہے بس میں سڑ کر رہے ہوں یا ٹرین میں۔ "اخبار" کو دو گھنٹوں کا لوٹ بھی کہتے ہیں کیونکہ لوگ ان پر تقریباً دو گھنٹے صرف کرتے ہیں۔

شام کا اخبار 2 بجے تک شائع ہو جاتا ہے۔ یہ جھلاٹا (Tabloid) شکل میں ہوتا ہے اور اس میں معلومات کم ہوتے ہیں۔ ان میں خبروں سے زیادہ خریداروں اور تقریرات سے متعلق زیادہ اطلاع ہوتی ہیں۔ اگر صبح کے اخبار کو

ڈیزائن (Design)

اخبار کا ڈیزائن میں الاقوامی 8 کالم گرڈ (Column Grid) پر مبنی

ہوتا ہے۔

صفحہ کا سائز: 60 cms x 42 cms

طاعت شدہ رقبہ: 56.25 cms x 39 cms

ایک کالم کا سائز: 4.87 cms x 56.25 cms گھبرا

مختلف قسم کا مواد مختلف صفحات پر مرتب کرنے کے لیے کوئی بہت زیادہ بندے کے اصول تو نہیں ہوتے البتہ قارئین کی آسانی کے لیے کچھ مخصوص انداز اختیار کیے جاتے ہیں تاکہ وہ اپنی پسند کی معلومات حاصل کر لیں۔ مثال کے طور پر:

صفحہ 1۔ بہت زیادہ اہم خبروں کے لیے (چاہے وہ کسی بھی عنوان پر کیوں نہ ہوں)۔

صفحہ 2۔ درجہ بند اشتہارات کے لیے۔

صفحہ 3۔ علاقائی خبروں، صفحات، ہم پیمانے کی اطلاعات اور تفریحی معلومات کے لیے۔

صفحہ 4۔ مالیاتی خبروں کے لیے۔

صفحہ 5۔ ضلع کی خبروں کے لیے۔

صفحہ 6۔ ادارہ، خصوصی معاون اور قارئین کے کالم۔

صفحہ 7۔ غیر ملکی خبروں کے لیے۔

صفحہ 8۔ کیلوں کی خبروں کے لیے۔

صفحہ 9۔ خصوصی ملاقات کے لیے۔

صفحہ 10۔ کلاسٹرائزڈ اسٹہارات (Classified Display)

(Advertisements) کے لیے۔

ہر ٹیکسٹ میں سرخی کے ٹائپ کا سائز بتایا ہوتا ہے خبر بھی اتنی

ہی اہم ہوتی ہے۔ بڑی ٹائپ خاص طور پر 8 پانکٹ کی انکی سیرف ٹائپ

(Serifed Type) ہوتی ہے جس کا رخ (Face) ملل ہوتا ہے۔ کلاسٹرائز

اشتہارات (Classified Advertisements) کے لیے 5 پانکٹ ٹائپ

ایکٹ (Agate) استعمال کیا جاتا ہے۔

تھیملٹ زیادہ تر نوٹوگرافس ہوتے ہیں۔ جب انھیں شائع کیا جاتا

ہے تو یہ چھوٹی میں 8 تا 10 پانکٹ کی جگہ گھیرے ہیں، باقاعدہ اندراجات

(Items) جیسے نشیمن، سنیما شو، ریڈیو اور ٹی وی پروگراموں، موسم،

موسیقی، ڈراما، پیٹنٹ اور مجسمہ سازی پر جانچہ کے لیے خصوصی ملل سرخیاں

لگائی جاسکتی ہیں۔

اس طرح صفحہ 1 پر اخبار کا نام اور صفحہ 6 پر تبصرہ (ایڈیٹوریل) کے

لیے ملل سرخیاں لگائی جاتی ہیں۔

اس سلسلہ میں اس نے آؤٹ آرڈر کے کام کی دادر دی جاسکتی

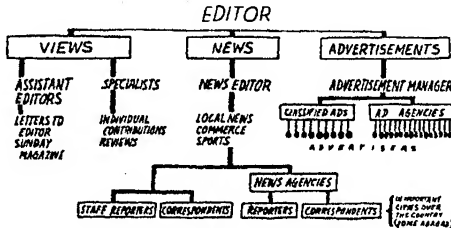
ہے جس نے ڈیجیٹل کام اور ڈیٹا بیس کے باوجود اپنے قارئین کی سہولت

کے پیش نظر ہر روز بیج لے آؤٹ (Page Layouts) کو محکم کرنے کے لیے

مختلف مطالعہ جاتی اجزائے ترکیبی پر واجب زور دے کر انھیں اجاگر کرتا ہے اور

اسے قابل مطالعہ بناتا ہے۔

اشتہارات (Advertisements)



مرتب کیا جاتا ہے۔ پیغام میں خصوصی طور پر ایسی اطمینان اور نفع بخش باتیں ہونا ضروری ہے جسے اختصار کے ساتھ وضاحت (Brevity With Clarity) قرار دیا جاسکے۔ ان اشتہارات کا قتل خریہ و فروخت یا پھر مفاد عامہ سے متعلقہ اندراجات (Items) سے ہوتا ہے۔

(4) درجہ بند نمائش (Classified Display): اس میں لوگوں کو نامپ کے علاوہ 5 پاؤنٹ سے بڑی ٹائپوں (Types) اور ایسی چھوٹی چھوٹی تمثیلات کی اجازت ہوتی ہے جو 2.5 cm کی چوڑائی سے زیادہ بڑی نہ ہوں، انٹیر موٹوں پر آرائشی حاشیوں کی اجازت بھی ہوتی ہے۔

(5) مہارتی نوٹس (Reading Notices): ایسے اشتہارات ہوتے ہیں جو خبریں نظر آتے ہیں کیونکہ انھیں خبروں والے ٹائپ فیس (Typeface) میں ہی سیٹ کیا جاتا ہے اور حد تو یہ ہے کہ تمثیلات کو ایڈیٹوریل آرٹ والا انداز عطا کیا جاتا ہے۔ تاہم پیغام کے شروع یا آخر میں لفظ "اشتہار" ضرور شامل کیا جاتا ہے۔

جہاں اشتہارات ایک طرف درجہ بند اشتہارات بلا واسطہ طور پر قبول کرتے ہیں کیونکہ ان میں زیادہ ڈیزائن کاری کی ضرورت نہیں پڑتی وہیں دوسری جانب اپنی اشتہارات کی جگہوں کو ایڈورٹائزنگ ایجنسیوں کے ذریعہ فروخت کرتے ہیں۔ اس کی ایک وجہ یہ ہے کہ ایسا کرنے سے یہ یقین رہتا ہے کہ اشتہاری جگہ فروخت ہو ہی جائے گی اور دوسرا سبب یہ ہے کہ اس جگہ چھپنے والا مویشی محسوس طور پر قابلِ ملاحظہ ہوتا ہے۔ اشتہارات کی جگہ کا کم سینیٹی میٹروں میں فروخت کی جاتی ہے۔ کالم کی 4.8 cm لمبائی اور 1 cm چوڑائی پر مشتمل رقبہ کو ایک اکائی تصور کیا جاتا ہے۔ شرح کا انحصار اخبار کی اشاعت پر ہوتا ہے۔ پہلے صف پر چھپے یا داہنی طرف کسی خصوصی مقام یا اندرونی صفحات پر کسی اور جگہ اشتہار چھپانے کی شرح، کالم سینیٹی میٹر شرن سے کچھ فیصد زیادہ ہوتی ہے۔

عام طور پر تمام ہی نمائشی اشتہارات کے اپنے اجزائے ترکیبی ہوتے ہیں جیسے سرفی (Headline)، کالمی تمثیلات (Copy Illustrations)، سگنچر (Signature) وغیرہ۔ ان اجزائے ترکیبی کو انڈارات (ایلیمنٹس) میں

بنیادی طور پر اشتہارات کا پیغام روزمرہ کی خبریں لوگوں تک پہنچانے کے لیے ہوا تھا لیکن اشتہارات اس وقت وجود میں آئے جب تاجر برہمروں کی اشتہارات کے سہارے اپنے کاروبار کو فروغ دینا شروع کیا۔ آج بشکل تمام اشتہارات کے بغیر شاید ہی کوئی اخبار چل پائے۔ اشتہارات اشتہارات کا سسٹم حد بن چکے ہیں۔

اشتہارات کی روزانہ اشاعت کافی زیادہ اور کئی بندھی ہوئی ہے۔ اسی لیے شہر میں کو روزانہ کافی بڑی تعداد میں اشتہارات شائع کرنے کا موقع مل جاتا ہے اور حرے کی بات یہ کہ کئی اکائی اشتہار بازی نہایت کفایتی داسوں میں ہو جاتی ہے۔ انھیں اپنے اشتہارات خصوصی موقعوں مثلاً ٹیکل، انکیشن، تہوار یا پھر کوئی خاص موسم پر دینے کا موقع مل جاتا ہے۔ اس طرح ہر وقت اشتہار دے کر وہ اہمیت زیادہ پراثر بنا سکتے ہیں۔ اپنے مقصد اور ڈیزائن کی بنا پر اشتہارات کو پانچ زمروں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

(1) عمومی نمائش (General Display): اشتہارات کا زیادہ تر حصہ اسی قسم کے اشتہارات سے مجرا رہتا ہے۔ ہر ڈاکٹ اور اس کے براڈر کی شبیہ (Brand Image) پر زیادہ زور دیا جاتا ہے۔

(2) پچھل نمائش (Retail Display): اس میں ناموری پر کم اور فروخت کی جانب زیادہ دھیان دیا جاتا ہے۔ اشتہاری ڈیزائن کا زیادہ تر حصہ تیار کی جانے والی اشیا اور ان کی قیمتوں پر مشتمل ہوتا ہے۔ یہ اکثر اس قسم کے ہوتے ہیں کہ گاہکوں کا رخ خوردہ فروش کی جانب بھر جاتا ہے۔

(3) درجہ بند اشتہارات (Classified Advertisements): درجہ بند اشتہارات کی جماعت بندی کر دی جاتی ہے اور یہ عموماً حروف تہجی کی بنا پر مرتب ہوتے ہیں جیسے جشن باسنے ساگرہ (Anniversaries)، پیدائش (Births)، اموات (Deaths)، شادی یاہ سے متعلق (Matrimonial)، موٹر پارٹ (Motor Parts)، پے انک گیسٹ (Paying Guests) وغیرہ وغیرہ۔ انھیں لائنوں (Agate Lines)، 5 پاؤنٹ ٹائپ (5 Points Types)، لوگو (Logo)، تمثیلات یا سفید جگہ (White Space) کے بغیر

خریدی ہوئی جگہ پر سلسلہ دار مرتب کر دیا جاتا ہے۔ جبکہ کے ساتھ اور شکل کا وارڈ اور کاپی اور عناصر کی ترتیب پر ہوتا ہے۔ بالفاظ دیگر مختلف قسم کے اجزائے ترکیبی کو شکل و صورت عطا کرنے کے لیے پہلے ٹائپ اور تشکیلات کا انتخاب کیا جاتا ہے اور پھر منتخب جگہ پر مرتب کر دیا جاتا ہے۔
 ڈیزائننگ کو بھی یہ دھیان رکھنا چاہیے کہ ایک ہی جملہات سے وابستہ مشتمل جگہ کا پائین ہی نہیں بلکہ ایک ہی صفحہ یا سامنے کے صفحہ پر چھپنے والے اشتہارات کے پائین بھی متبادل آرائی ہوگی۔ اس لیے اخباری اشتہارات کی ڈیزائننگ کی کرتے وقت امتیاز یا نمایاں فرق (Contrast) قائم رکھنا کامیابی کی گنجی ہوئی ہے۔

— عام نیوز پرنٹ 22 لائنیں فی سم وولی ڈاٹڈ اسکرین (Dotted Screen) قبول کر لیتا ہے مگر کاغذ کی چند قسم (Glazed Variety) 26 لائنیں فی سم تک قبول کر لیتی ہے۔ ہارک اسکرینوں سے دھندلے اثرات پیدا ہوتے ہیں اس لیے انھیں استعمال کرنے کا مٹھورہ نہیں دیا جاسکتا۔

— ری پروڈکشن کے معاملہ میں لائن آرٹ سے کوئی مسئلہ پیدا نہیں ہوتا لیکن اس طرح حاصل ہونے والے نتائج کا موازنہ آرٹ بھیجے پر فائن ہینچ لائنوں (Fine Etched Lines) سے نہیں کیا جاسکتا۔

— ٹھوس رقبوں (Solid Areas) سے مسائل کھڑے ہو جاتے ہیں کیونکہ کاغذ بہت حد تک مسطح (Even) نہیں ہوتا۔ عام طور پر ہلکی ہلکی بند کیاں ہی پڑ جاتی ہیں جو شاید پکنک (Picking) اور اخبار کی کمزوری سطحی وجہ سے پڑ جاتی ہیں (دیکھیے کاغذ)۔

— وگنیٹ (Vignettes) کی لطافت سے متعلق کام کے لیے براہضابطہ میک ریڈی (Careful Makeready) کی ضرورت ہوتی ہے اس لیے اس ضمن میں سمجھت افزائی نہیں کی جاسکتی۔

— ایڈورٹائزنگ ڈیپنسیاں، پیپلنگ میڈیا کی ان حدود سے بخوبی واقف ہوتی ہیں اور وہ انھیں ہالوں کو مد نظر رکھتے ہوئے آرٹ ورک کو پیش کرتے ہیں۔

خریدی ہوئی جگہ پر سلسلہ دار مرتب کر دیا جاتا ہے۔ جبکہ کے ساتھ اور شکل کا وارڈ اور کاپی اور عناصر کی ترتیب پر ہوتا ہے۔ بالفاظ دیگر مختلف قسم کے اجزائے ترکیبی کو شکل و صورت عطا کرنے کے لیے پہلے ٹائپ اور تشکیلات کا انتخاب کیا جاتا ہے اور پھر منتخب جگہ پر مرتب کر دیا جاتا ہے۔
 ڈیزائننگ کو بھی یہ دھیان رکھنا چاہیے کہ ایک ہی جملہات سے وابستہ مشتمل جگہ کا پائین ہی نہیں بلکہ ایک ہی صفحہ یا سامنے کے صفحہ پر چھپنے والے اشتہارات کے پائین بھی متبادل آرائی ہوگی۔ اس لیے اخباری اشتہارات کی ڈیزائننگ کی کرتے وقت امتیاز یا نمایاں فرق (Contrast) قائم رکھنا کامیابی کی گنجی ہوئی ہے۔

شرارتی اشتہارات (Teaser Advertisements)

ٹیکریٹوں میں زیادہ سے زیادہ دو صفحات اشتہارات کے ہوتے ہیں۔ اخبارات میں شائد تیار ہی ایسا ہوتا ہے کہ کوئی اشتہار اتنا بڑا ہو کہ وہ سامنے کے صفحہ تک (یا اخبار کے ایک سے زیادہ اشاعتوں تک) پھیلی ہوئی ہو۔ اس کا مقصد قاری کے ذہن میں تجسس پیدا کرنا ہوتا ہے۔ پہلے اسے ایک صفحہ پر موجود پیغام کو پڑھنے پر تیار کیا جاتا ہے پھر بعد کے صفحات یا اشاعتوں میں سلسلہ دار کہانی کی مانند اسے اس اشتہار کے باقی ماندہ حصہ کو پڑھنے کی طرف راغب کیا جاتا ہے۔

کبھی کبھی قاری کی قوجہ مہذول کرنے کے لیے کسی خاص ترتیب سے بھی کام لیا جاتا ہے جیسے اشتہار کو ٹیپے سے اوپر کی جانب (اٹلے انداز میں) چمپا یا چان بوجھ کر غلطیاں کر دینا تاکہ قاری کی قوجہ اس طرف مہذول ہو جائے۔ زیادہ تر قاعدہ اور وقت حاصل ہوتا ہے جب پیغام اعتقاد پر مشتمل ہو اور شرارتی اشتہار (Teaser Advertisement) کا حصہ ہو۔

لطافت کی کوٹائی (Printing Quality)

روزانہ شائع ہونے والے اخبارات کو فی الفور تیار کر کے شائع کیا جاتا ہے اور پھر ان کی قیمت کو بھی مد نظر رکھا جاتا ہے۔ اس کے علاوہ یہ پڑھ کر

رسالہ / مجلہ (Magazines / Periodicals)

(1) لاگ رینج (Long Range Image) یا بھری کردار ڈیزائن کرنے کے لیے مختلف خصوصیات مقرر کرتے وقت جن پہلوؤں پر غور کیا جاتا ہے وہ ہیں:

— فارمیٹ (ایڈیٹریل، قلمیہ) اور صفحات پر ان کی ترتیب۔
— مختلف عنوانات کی پانچہ گرائی، لے آؤٹ گرڈ، تصویریں ڈیپے اور رنگوں کے پیمائش۔

— سرورق کے لیے "ہاسٹ ہیڈ" (Mastheads) اور مستقل نیچے (Features) یا عنوانات۔
— اشتہارات: جگہوں سے اشتہارات کے بلاک لیے جائیں یا اسٹیریو (Sterios) یا میگزین کی پکڑ کریں۔ اگر ایسا ہو تو پیش کی جانے والی خدمات پہلی جلد شائع کیے جانے سے قبل یعنی ڈیزائن منیوئل کا کام انجام دینے والی ڈیٹا تشکیل دینے سے قبل یہ تمام باتیں پرتز سے ملانے و مشورہ کے بعد طے کر لی جاتی ہیں۔

— بنیادی طور پر یہ کثیر صحافی ڈیزائن کاری کا کام ہو تا ہے۔
(2) اگر کوئی شخص میگزین پڑھے بغیر صرف اس کے سرورق پر ایک سرسری سی ہی نظر ڈالے تو بھی میگزین کی ہر ایک جلد میں اس کے لیے بھری جاتی ضرور ہونی چاہیے۔

(3) لے آؤٹ کے مقاصد کے پیش نظر میگزین کو ایک دوسرے کے آنے سنانے کے صفات کی انہوں میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ مندرجہ بالا (1) میں موجود عناصر (اصل خدمات اور تصاویر) کو مندرجہ ذیل باتوں کو ذہن میں رکھ کر مرتب کیا جاتا ہے:

— آنے سنانے کے دو صفات کی اکائی جگہ (Unit Space) پر عائد ہونے والی ڈیزائن کاری کے اصول۔
— اس قسم کی تمام اکائیوں کو میگزین کے مجموعی کردار سے متحد کرنے والا

روز شائع ہونے والی مطبوعات کے علاوہ ایک خاص مدت ہفتہ وار، چاندرو، روزہ، ہالند، سہ ماہی، سالانہ وغیرہ۔ پر شائع ہونے والی مطبوعات کو میگزین کہا جاتا ہے۔ ان میں نو پرنٹ سے زیادہ بہتر کاغذ پر چھاپا جاتا ہے۔ عام طور پر ان کا سرورق جلاب نظر اور مضبوط اور بہتر اشاک (Stock) پر طبع ہوتا ہے تاکہ میگزین کی حفاظت بھی ہو اور فروخت اکیل (Sales Appeal) میں بھی اضافہ ہو۔

ایک خاص حراج کے قارئین کو اپنی جانب متوجہ کرنے اور اپنے کردار ادا کرنے کے مقصد سے لکھے جانے والے ادارہ (Editorial) کے مضامین کی بنا پر میگزین کو مختلف زمرہوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے۔ اس طرح ہمیں طرح طرح کے میگزین دیکھائی دیتے ہیں۔

• مورتوں کے میگزین جن میں مورتوں کی دلچسپی کے مضامین زیادہ ہوتے ہیں۔

• بزنس میگزین میں کاروباری موضوعات پر مضامین موجود ہوتے ہیں۔

• ٹریڈ میگزین بھیگی مضامین کے لیے وقف ہوتے ہیں۔

• ایڈسٹریل میگزین کا تعلق مینوفیکچر اور پروڈکشن کے پہلوؤں سے ہوتا ہے۔

• پروڈکٹل میگزین کا تعلق کسی خاص پیشہ سے ہوتا ہے۔

• کچھ میگزینوں میں صرف ایڈورٹائزنگ (Advertising) ہی کی جاتی ہے۔

• مذہبی میگزین صرف روحانیت اور دینیات کے لیے ہی وقف ہوتے ہیں۔

• بچوں کے میگزین میں تھکی مضامین تفریحی انداز میں لکھے جاتے ہیں۔

• نوز بچہ میگزین فیمہ ہوتا ہے جس میں ہفتہ وار اقدار کے دنوں میں مختلف موضوعات پر نظریات ہوتے ہیں۔

• کاکس میں بہت زیادہ تصویر کی گماناں دی ہوتی ہیں۔ یہ تصویریں عام طور پر ہاتھ سے بنائی جاتی ہیں۔

• میگزین کا ڈیزائن (Design of a Magazine)

میگزین کی ڈیزائن کاری کے لیے تین مراحل کا درمیان رکھا جاتا ہے:

سرکولیشن پرفیک پروسیس کانڈیشنر ملکہ اولس ہوں

20,000 تک لیٹر پریس کٹائی کوئڈ (اگر صرف لائن رہتا ہے آرٹ ہو تو غیر کوئڈ)

20,000 تا آفسٹ کٹائی غیر کوئڈ سے کام چل رہتا ہے 100,000 جائے گا

100,000 سے روٹو گریس واپر پینا، خصوص طور پر

زیادہ (Rotogravure) جگہدار، حتیٰ کہ رول کٹائی رہتا ہے میں لپٹا ہوا موٹا کاغذ بھی

میگزینوں میں اشتہارات

(Advertisements in Magazines)

اشہادوں کے ذریعہ ہمارے مطالعے کے خاص مونسور ہیں۔ دیگر ذرائع الجارج کے مقابلہ ایڈورٹائزمنٹ ڈیپارٹمنٹ کے میگزینوں میں جہاں کچھ فائدہ ہے جس تو وہیں کچھ حدود (پابندیاں) بھی ہیں۔ اس بات کا مشاہدہ مندرجہ ذیل خفاقی سے لگایا جاسکتا ہے:

(I) تکنیکی خوبیاں (Technical Merits)

- زیادہ تر میگزین رتکین اشتہارات ہی قبول کرتے ہیں کیونکہ رتکین اشتہارات سے کافی حد تک اشتہارات کی قدر میں اضافہ اور پیغام (سندیدہ) قبول کر لینے کا اثر پیدا ہوتا ہے۔
- ان میں عام طور پر عمدہ کوالٹی کا کاغذ استعمال کیا جاتا ہے پھر طباعت کی زیادہ ہر گزیر بدسیس استعمال کیا جاتا ہے جس سے اخبار کے مقابلہ میگزین کے ذریعہ شہر کرنے کے امکانات بہتر ہو جاتے ہیں۔ عام طور پر تعداد پر فضول خرچی کی جاتی ہے جس سے ان میں جلابیت بڑھ جاتی ہے۔ اس بات کے امکانات بھی ہیں کہ ہائیڈننگ کرتے وقت غلطیہ سے طبع شدہ مواد منسلک کر دیا جائے۔ اس چھپے ہوئے منسلک مواد کو انڈرٹ (Insert) کہا جاتا ہے۔
- کسی بھی میگزین کا فارمیٹ ملاحظہ کیجیے۔ تقریباً تمام میگزینوں میں ہی جلاب نظر تصویر کے لیے کافی بڑا رقبہ دیا جاتا ہے۔

مشترکہ بند من۔

اس طرح ایک وقت میں ڈیزائنر کو (3) کے مطابق کام انجام دینا ہو تا ہے اور اسے (1) میں مندرجہ خصوصیات کے معیار کے اندر ہی کام کرتا ہو تا ہے۔ اس قسم کا طریقہ کار محکم بھی ہو تا ہے اور اس سے وقت کی بھی بچت ہوتی ہے۔

فارمیٹ، پیپر، پرنٹنگ

(Format, Paper, Printing)

ان باتوں کا دارودہار اس پر ہوتا ہے کہ میگزین پڑھنے اور ساتھ لے جانے کے لیے کتنے بڑے سائز کی ضرورت ہے اور تصویر کی مولو کی نمائش کے لیے کتابت پر قدر کار ہے۔ میگزین کے متعلق یہ خیال کیا جاتا ہے کہ اسے ٹھوسے ٹھوسے وقت سے پڑھا جاتا ہے نیز یہ کہ اس کی کچھ حوالہ جاتی قدر (Reference Value) بھی ہوتی ہے: یعنی اس میں پیش کردہ مناظر متاثر کن ہونے چاہئیں۔ میگزین عام طور پر مندرجہ ذیل سائزوں میں طبع ہوتی ہیں:

18.5 cm x 13.5 cm, 19.5 cm x 15 cm,

24 cm x 18 cm, 32.5 cm x 25 cm

چونکہ زیادہ تر میگزین تصویر بردار ہوتی ہیں اس لیے کاغذ کی کوالٹی پر تنگ پروسیس پر منحصر ہوتی ہے اور پر تنگ پروسیس کا انحصار کسی بھی میگزین کی تعداد و اشاعت (Circulation) پر ہو تا ہے۔ اس کے علاوہ کٹائی منصر کو بھی مد نظر رکھا جاتا ہے۔ اکڑ ایسا بھی ہو تا ہے کہ آخری نتیجہ (Final Result) مطلق کفایت (Absolute Economy) سے زیادہ اہمیت کا حامل ہو تا ہے اور اہل کامیابی میں سرکولیشن تعداد پر تنگ پروسیس پر غالب آجاتی ہے۔ کچھ خاص موضوعات کو زیادہ اجاگر کرنے کے لیے دو طرح کے کانڈوں کا استعمال بھی کوئی غیر معمولی بات نہیں۔

آرٹ ورک (Art Work) کو پر تنگ پروسیس کے مطابق ہی

ضمیمہ کرنا ہو تا ہے۔

(iii) حدود بندی (Limitations)

- اشتہاری مہم کی منصوبہ بندی پہلے کرنی پڑتی ہے۔ پرنٹر کو منصوبہ بندی اور کلر پر جنگ کرنے کے لیے تین ہفتے درکار ہوتے ہیں۔ اسی طرح کندہ کار کو بھی 3 تا 4 ہفتے درکار ہوتے ہیں۔ ڈیزائنر کو 2 یا 3 ہفتے قبل کام شروع کرنا ہوتا ہے۔ اس لیے اس سے یہ توقع نہیں کی جاسکتی کہ اس نے قبل از وقت ہی حالات پر غور کر لیا ہو گا اور اس کے پاس اشتہاری مہم سے متعلق معلومات کی بھرمار ہوگی۔ اس لیے اسے صرف چند عمومی اشارے مل سکتے والی باتوں پر ہی اکتفا کرنا ہوگا۔

- امکانی کاموں کے ملنے کی امید اتنی نہیں ہوتی جتنی کہ اکثر اخبارات کے ذریعہ ہوتی ہے۔ اس کا تعلق اس سالہ کی مدت اشاعت سے ہوتا ہے یعنی ماہانہ شائع ہونے والے میگزین کے مقابلہ میں وار چھپنے والے میگزین سے تیار آپ کو چارناظرشن (Insertions) حاصل ہو سکتے ہیں۔
- کلر ری پروڈکشن ایک ہنگام عمل ہوتا ہے۔
- جو پیغام صرف کسی مخصوص علاقہ کے لوگوں تک ہی پہنچانا مقصود ہو اس کے لیے قومی یا ایٹیشن میگزین کا استعمال کرنا ممکن نہیں ہوتا۔ اس لیے چھوٹے مشہورین کے لیے ایسے میگزین تک پہنچنے کے لیے معاشی حالت کے مد نظر، تمام زمین مسدود ہو جاتی ہے۔ اسی طرح قومی پیمانہ پر چھپنے والے ایڈیشنوں میں اشتہار دینے والے کی استطاعت اتنی نہیں ہوتی کہ وہ کسی خاص خطہ کے خریداروں کے طرز عمل پر اثر انداز ہو سکے۔

(iv) ترجیحی حیثیت (Preferred Position)

- میگزین کے سرورق پھرنے کاغذ اور طبعی اثرات سے مزین ہوتے ہیں تاکہ ان کی جانب زیادہ سے زیادہ توجہ مبذول کرائی جاسکے۔ اگر میگزین میں ان صفات پر اشتہارات دینے کی شرحیں زیادہ ہوں تو اس میں کوئی تعجب نہ ہونا چاہیے۔

- سرورق 1 عام طور پر میگزین اپنے استعمال کے لیے برقرار رکھتا ہے۔ تاہم کچھ میگزینوں کے سرورق کی تجارتی فروخت کر دیتے ہیں۔ اس جگہ کی شرح سب سے زیادہ ہوتی ہے۔ اس کے بعد سرورق 4 کا نمبر آتا ہے جو سرورق 2 اور سرورق 3 کے بعد آتا ہے اور اسی مناسبت سے اس کی شرح بھی مقرر

- اسے ایسی فصل بھی طے کی جاسکتی ہے جیسے کسی صفات موزوں ہے گئے ہوں۔ یہ آسانی ملک کر لی جاسنے والی بک لیٹ، کیلے، لاگ، گائڈ، اجڑائے ترکیبی کی کتاب (Recipe Book) یا کبھی کبھی پروڈکٹ کا نمونہ بھی منسلک کیا جاسکتا ہے۔ انزرت (Inserts) عام طور پر اصل میگزین سے علیحدہ رکھائی دیتے ہیں۔ ان کے لیے مخصوص کاغذ کا استعمال کیا جاتا ہے۔ وہ اپنے وزن، سائز، رنگ اور شکل و صورت کی بنا پر الگ سے نظر آجاتے ہیں۔

(v) اشتہاری خدایاں (Advertising Merits)

- میگزین کی عمر اخبارات کے مقابلہ زیادہ ہوتی ہے۔ انھیں ایک بار پڑھ چکنے کے بعد موقع ملنے پر دوبارہ سہ بار پڑھا جاتا ہے اور یہ حقیقت ہے کہ ایسے موقعوں پر ایڈورٹائزمنٹ پر زیادہ دھیان دیا جاتا ہے۔ انھیں عام طور پر نوجوان طبقہ، خوشحال گھرانوں کے ذریعہ (جن میں افراد خاندان زیادہ ہوں)۔ یعنی ایسی جماعتیں ان پر زیادہ توجہ دیتی ہیں جنہیں قابل اشتہار اشیا زیادہ خریدنی ہوتی ہیں اور ہر جماعت میں رائے دینے والے موجود ہوتے ہیں۔
- خصوصی میگزینوں کے ذریعہ مخصوص گروپ بھی اشتہارات میں دکھائی گئی چیزوں تک پہنچ سکتے ہیں۔ کچھ میگزینوں جیسے ریڈرس ڈائجسٹ (Reader's Digest) وغیرہ کے ذریعہ ملک گیر پیمانہ پر اشتہارات بھیجے جاسکتے ہیں۔ اس طرح کسی مخصوص علاقہ میں مقبول ترین میگزین کے ذریعہ یہ کام انجام دیا جاسکتا ہے۔
- بہت سے میگزین پہلے اشتہارات کو پڑھتے ہیں اور ان میں غلط بیانی یا جھوٹ محسوس کرتے ہیں تو ان اشتہارات کو قبول نہیں کرتیں۔ اس طرح مشہور کاغذ بھی بچتی رہتا ہے کہ میگزین پڑھنے والوں نے اشتہار پر یقین کر لیا ہے اور اس پر دوسرے مندی کاغذ، بہر حال مشہور کو بھیجتا رہتا ہے۔
- ایڈیٹر یا ایڈیٹر میں مشہورین کے لیے ہر دائرہ نوٹ موجود ہو سکتا ہے۔
- قارئین اشتہارات کو بار بار چھپنا ہوا دیکھ کر یہ یقین کر سکتے ہیں کہ پروڈکٹ کی پشت پر کوئی بڑی تنظیم موجود ہے۔

رنگ (Colour)

کردی جاتی ہیں۔

سیلا کے علاوہ مشترکین کو جن رنگوں کی اجازت ہے " مندرجہ ذیل ہیں:

— میگزینوں کی زیادہ تر تعداد اسکی ہے جو نخل کراڈ اور ٹائز صفحہ یعنی چار رنگوں میں اشتہار چھاپنے کی سہولت فراہم کرتے ہیں۔ پر خشک پریس کے مطابق ہی آرٹ ورک منج کر ہوتا ہے۔

— کچھ میگزینیں دور درنگوں میں اشتہار چھاپنے کی سہولت فراہم کرتی ہیں۔ سیاہ اور کوئی دوسرا اضافی رنگ۔ رنگ کے شے کا انتخاب آپسی ملاح مشورہ سے کیا جاتا ہے مگر یہ عمومی طور پر پوسٹل شے (Pastel Shade) ہوتا ہے جو اتنا گہرا ہو تا ہے کہ اس میں اگلے حروف نظر آجائے ہیں اور یہ سیاہ مطاعت بھی قبول کر لیتا ہے اور اتنا کنٹراسٹ (Contrast) فراہم کرتا ہے کہ پیغام آسانی سے پڑھا جاسکتا ہے۔ اسی کے ساتھ ساتھ اس کا رنگ بھی اسی قسم کا ہوتا ہے۔

سرورق 2 کے سامنے والے صفحہ 1 اور پھر فہرست مضامین اور لوہوہ کے سامنے والے اور درمیان میں واقع صفحات کا نمبر آتا ہے۔ ان جگہوں کو بھی ترجیحی حیثیت کا حامل سمجھا جاتا ہے۔ ان کی شرمیں عام بلیک اینڈ وھائٹ صفحات کے مقابلہ زیادہ ہوتی ہیں۔

(v) بلیڈ صفحات (Bleed Pages)

تعدادیہ، تینٹ (Tints) یا سائلڈ رقبوں (Solid Areas) (جو طبع شدہ رقبہ سے لے کر صفحات کے سروں تک پھیلا ہو تا ہے) کو بلیڈ تقبيلات (Bleed Illustrations) کہا جاتا ہے۔ انھیں صفحہ سے بڑے رقبہ پر پھیلانا پڑتا ہے۔ بلیڈ کے لیے تقریباً 3 ڈی میٹر زیادہ — تاکہ سلائی ہو جانے اور کٹائی ہو جانے کے بعد تصویر / شمیل میگزین کے ساز میں آجائے۔ ایسے صفحات پر اشتہار کی شرمیں 10% 20% زیادہ ہوتی ہیں۔

ڈائریکٹ میل (Direct Mail)

ایک طرف مطلوبہ معلومات حاصل کرنے کے لیے کچھ تحریر کیا گیا ہو اور دوسری طرف پوسٹل پتہ تحریر کیا جائے؟

ڈائریکٹ میل پیغام ان مقاصد کا حامل ہو سکتا ہے: معلومات حاصل کرنا، اطلاع دینا، اعلان کرنا، ووٹ دینا، رپورٹ کرنا، پیغام رسائی کرنا، فروخت کرنا، نمونہ بھیجنا وغیرہ وغیرہ۔

خط (Letter)

فولڈر یا پکٹ لیٹ (Folder or Booklet)

ہوسکتا ہے پیغام اتنا طویل ہو کہ درصحاتی خط میں بھی نہ سمانے۔ کیا اس کے لیے ایک بڑے صفحہ کو دونوں جانب سے طبع کرانے اور پھر مناسب انداز میں موڑ کر مناسب شکل عطا کر دینے سے کام نہیں چل جائے گا؟ پہلی ہی نظر میں نصف پیغام تو نظر آئی جائے گا۔ اور اگر اتفاق سے پیغام کی طوالت تجاوز کر جائے اور پھر اس کی کچھ حوالہ جاتی قدر (Referance Value) بھی ہو تو پھر اس کا جواب بک لیٹ (کتابچہ) ہوسکتا ہے۔

جواب (Reply)

— جواب کے لیے ایک نفاذہ نٹمی کر دیاجاتا ہے تاکہ وصول کنندہ کو جواب کے لیے املود کیا جاسکے اور بھیجے جائے والے پیغام کے متعلق جواب حاصل ہو سکے۔

کیا اس کے حوالہ مطبوعہ خط (فارم) اور جوابی نفاذہ بھیجنا چاہیے؟ فارم پر چمپی ہوئی تحریر سے وصول کنندہ کو مطلوبہ معلومات سے متعلقہ نکات کو ظاہی جگہوں میں پُر کر کے بھیج دیتے ہیں۔

— اس کے لیے صرف ایسے پوسٹ کارڈ کیوں نہ استعمال کیے جائیں جن کی

کیا اسے ریٹی میڈ ہونا چاہیے یا پھر خصوصی شکل و صورت والا؟ کیا اسے غیر معمولی کاغذ سے بنایا جائے؟ سادہ ہو، نقش و نگار سے سجایا ہو؟ کیا اس میں مافیہ (Content) کی جانچ پڑتال پر اکسانے والی ونڈو (Window) موجود ہو؟ بھر حال اس سے ہونے والے ڈاک خرچ کا دارو مدار اس کے وزن اور اس میں موجود ان مافیہات (Contents) پر ہوتا ہے جنہیں باہر سے ہی نظر آجانا چاہیے۔

آرڈر فارم اور اپنی جانب سے گاہک کو بھیجا جانے والا جوابی لفافہ، نہایت عمدہ تصویر بردار کیے لاک (جس میں اشیا کی قیمتیں اور دستہبند خوردہ بھی درج ہوتے ہیں) میل آرڈر کے ضروری حصہ ہوتے ہیں۔ ڈائریکٹ میل پیغام کو مختلف شکلوں میں بھیجا جاسکتا ہے جیسے پوسٹ کارڈ، خط، فولدر، بڑا شیت (Broad Sheet)، بروشر (Brochure) وغیرہ گراہک ڈیزائن کے مد نظر انھیں ذیل میں بیان کیا گیا ہے:

پوسٹ کارڈ یا میلنگ کارڈ (Post Card or Mailing Card)
یہ ڈائریکٹ میل کی (اختیار کردہ) سب سے سادہ شکل ہوتی ہے، پوسٹ آفس کی مقرر کردہ شرائط کی رو سے یہ 10 cm x 15 cm سے 7.5 cm x 5 cm اور 7.5 cm x 5 cm سے چھوٹے سائز کا نہیں ہو سکتا۔ اس پر ایک طرف پتہ لکھنے کے لیے طاعت کی جاتی ہے اور دوسری جانب پیمائش لکھنے کے لیے جگہ ہوتی ہے۔ اس کا اسٹاک (Stock) کافی سخت کارڈ والا ہوتا ہے جس کا رنگ سفید یا رنگین ہو سکتا ہے۔ چھوٹے سائے کام کرنے والے، خط و کتابت کے لیے پوسٹ کارڈ استعمال کرتے ہیں مگر زیادہ تر کمپنیاں پوسٹ کارڈ کو کوئی باوقار یا قابل عزت وسیلہ نہیں سمجھتیں۔ اکثر ایسا ہوتا ہے کہ اس پر اپنا پتہ لکھ کر جوابی کارڈ کے طور پر بھیج دیا جاتا ہے تاکہ وصول کرنے والے کو جواب دینے پر آمادہ کیا جائے۔ جوابی پیغام عموماً محدود مضامین (Objective)، مطبوعہ اور اس قسم کا ہوتا ہے کہ مکتوب الیہ کو صرف چند خطی جملے بھیج کر اپنا حوالہ دینا چاہیے تاکہ ذریعہ واپس بھیجے جانے والے پوسٹ کارڈوں کے ڈاک خرچ برداشت کرنے کی بات چینی بنانے کے لیے مندرجہ شکل والے پوسٹ کارڈ بھیجے جاتے ہیں۔ ان کے ڈیزائن پوسٹ آفس کی مقرر کردہ شرائط پر مشتمل ہوتا ہے۔ اس شخص میں ڈاک حملہ کے افسران سے ایک پرمٹ نمبر (Permit Number) حاصل کرنا ہوتا ہے۔ پھر اس نمبر کو پوسٹ کارڈ یا لفافہ کارڈ پر چھپایا جاتا ہے۔ دیگر ضروری کوائف اس طرح ہوتے ہیں:

— سب سے اوپر کی کناروں پر متن (Text)

— داخلی جانب دو عمودی نمونے خطوط

”ڈائریکٹ میل“ اصطلاح اس مراسلہ کے لیے استعمال کی جاتی ہے جسے کوئی مشترکہ بلاواسطہ طور پر ڈاک کے ذریعہ امکانی گاہک کو بھیجتا ہے۔ یہاں ڈاک سے مراد اخبارات، پوسٹر، ٹی وی میسجز اور ڈائریکٹ میل پیغام ہے۔ جب کوئی شخص ڈاک سے اپنے نام کوئی تلفظ خط (Enveloped Letter) وصول کرتا ہے تو وہ زیادہ آہستہ داری محسوس کرتا ہے۔

— کیونکہ مشترکہ اور گاہک کے مابین اور کوئی وسیلہ — جیسے اخبار، میگزین — موجود نہیں ہے اس لیے اس ذریعہ اور وسیلہ کو مشترکہ ذریعہ اپنے امکانی گاہک سے رابطہ قائم کرنے کا سب سے تیز اور تیر بہدف طریقہ قرار دیا جاسکتا ہے۔ اس مہم کے رد عمل کو موصولہ جوابات (فیڈ بیک یا بازری) کی تعداد سے آگاہ جاسکتا ہے۔

— اس طریقہ کو کم سے کم نتائج ہونے والا کہا جاسکتا ہے کیونکہ مشترکہ اپنے عوام کو اور پیغام بھیجنے کے اوقات کو بذات خود منتخب کرتا ہے۔ تاہم فی حدیہ ایک مہنگا طریقہ ہے کیونکہ نہ صرف جوابی خط لفافہ میں رکھ کر ایک مطبوعہ فارم گاہک کو بھیجا جاتا ہے بلکہ مشترکہ کو جوابی خط کا خرچ بھی برداشت کرنا پڑتا ہے۔ اس میں جو کاغذ اور چھپائی کے طریقے اختیار کیے جاتے ہیں وہ سب سے سستے ہوتے ہیں۔ کثیر رنگی تصاویر، مہنگی چھپائی، ایبوسنگ، ڈائیکٹنگ، فوکل اسٹیمپنگ، میل ٹکٹا، نمونہ بھیجنا وغیرہ وغیرہ کو ایسی باتیں ہیں جو کوئی بھی ڈیزائنر اختیار کر سکتا ہے اور یہ اس کے لیے کوئی غیر معمولی چیز نہیں ہے۔ اگر دیکھا جائے تو یہ مکتوب الیہ (Addressee) کی خلوت میں دخل اندازی قرار دی جائے گی لیکن بہر حال اس کو کچھ فرصت کے لمحات بھی ضرور منبر ہوتے ہیں اور اس وقت ہو سکتا ہے کہ اخبار وغیرہ کے اسی صفحہ پر اس سے ملنے والے کسی اور پیغام سے اس کا واسطہ نہ پڑتا ہو (اور وہ وقت گزارنے کی خاطر اس پیغام کو پڑھ لے)۔

ڈائریکٹ میل کو تلفظ سے میل آرڈر (Mail Order) نہ سمجھنا چاہیے کیونکہ میل آرڈر کا مقصد غیر مست بند تیار اشیا کے میل آرڈر (Sales Orders) حاصل کرنا ہوتا ہے اور یہ زیادہ تر تیار مال کی تقسیم کرنے کی ایسی میل پالیسی ہوتی ہے جس میں بچہ لیں (Middle Man) کو نکال دیا جاتا ہے۔

ہے۔ کبھی کبھی یہ غیر متوازن بھی دکھائی دے سکتا ہے لیکن پیغام کو تائید کرانچنے کے بعد اس ضمن میں کوئی فیصلہ کرنا چاہیے۔ بہر حال کوئی بھی کسی کو کور ایئر ہیڈ تو بھیجتا نہیں۔ ڈیزائنز کی لے آؤٹ کے مطابق ٹائپنگ ہو جانے کے بعد کسی ڈاٹ یا لائن کے ذریعہ ٹائپسٹ کو ابتدائی نقطہ کے بارے میں بتادیا جاتا ہے۔ کبھی کبھی ڈسپچ کلرک (Dispatch Clerk) کی رہنمائی کی خاطر موڑنے کے نشانات (Fold Marks) تک چھپوا دیے جاتے ہیں۔ لفاظہ میں ڈیڑ کا استعمال ڈیزائنز پر ایک دوسرا کنٹرول ثابت ہوتا ہے۔ زیادہ تر لیٹر ہیڈ لیٹر پریس پر عملیہ (Letterpress Printed) ہوتے ہیں مگر آفیسٹ، سنک اسکرین، ڈاٹ پر چنگ، فوٹو اسٹیٹنگ اور بلا سٹنڈ ایو سب بھی کوئی غیر معمولی تراکیب قرار نہیں دی جاسکتیں۔ اکثر خصوصی تاریخچہ اکرانے کے لیے ان کا بھی استعمال کیا جاتا ہے۔

لیٹر ہیڈ اور دیگر پیشتر ڈیزائن کاری کرتے وقت

— فائلنگ (Filing) کے لیے بائیں جانب کم از کم 2.5 cm کی جگہ چھوڑ دیں۔

— "پریس دہلائی کارڈ" کے الفاظ

— پاسٹ آفس کا نام

— پیچیدہ والے کا پچہ

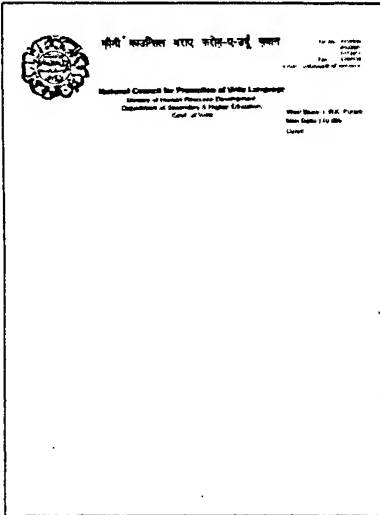
لیٹر ہیڈ (Letterheads)

یہ ذاتی، ادارہ جاتی، تجارتی خط و کتابت خریدنے کے کاغذات ہوتے ہیں۔ ان کے دو مقاصد ہوتے ہیں:

- (1) پیچیدہ والے کی پہچان اور شبیہ اجاگر کرتے ہیں اور پیچیدہ والے شخص کی تجارت اور پیشہ سے متعلق عزت و توقیر میں اضافہ ہوتا ہے۔ اس سبب ایسا موافق ماحول اور تاثر پیدا ہوتا ہے جس سے دوسرے مندی بختمی ہے۔ اس طرح لیٹر ہیڈ ایک خاموش سیلبرین (Silent Salesman) کا کردار ادا کرتا ہے۔
- (2) پیچیدہ والے کو باریک بینی سے (ڈاک بیکار، ٹیلی فون نمبر، ٹیکس کوڈ، وغیرہ) لکھنے میں وقت ضائع نہیں کرتا۔ چنانچہ اس کے علاوہ کچھ موضوعوں پر ان خالی جگہوں میں خصوصی بیانات بھی پیچیدہ جاسکتے ہیں۔

مراسلاتی کاغذ کے سب سے اوپر کے حصے پر عموماً کبھی کے نشان (Emblem) کا ایک مستقل ڈیزائن بنا ہوا ہوتا ہے۔ اس کے علاوہ وصول کنندہ کے نزدیک یہ ایک ایسا لفاظہ ہوتا ہے جسے اس نے پہلی مرتبہ دیکھا ہے اور جو شکل و صورت میں ایک خط دکھائی دیتا ہے۔ اس طرح اس شخص پر پہلا تاثر مرتب ہوتا ہے، اس سے قرینہ اور استعداد کا اظہار بھی ہوتا ہے۔

اس کا ڈیزائن عناصر کے سادہ ترتیب پر مشتمل ہونا چاہیے۔ یہ ڈیزائن اکثر تسلی بخش ہوتا ہے۔ ٹائپ اور حروف سازی (Types and Lettering) کے انتخاب سے تجارتی مشغلہ، استحکام، اعتماد (Integrity) اور خدمت وغیرہ سے متعلق شکل اور لفظ احساسات کی عکاسی کی جاسکتی ہے۔ نشان (Emblem) سے مذکورہ بالا خصوصیات کا زیادہ شدت سے اظہار ہوتا ہے۔ مطلوبہ شبیہ پیدا کرنے میں نشان کے ڈیزائن کے علاوہ مناسب ٹائپ اور رنگ سے بھی بڑی مدد ملتی ہے، عموماً ماسٹ ہیڈ (Masthead)، جسے لیٹر ہیڈ سے بھی موسوم کیا جاتا ہے، کا ڈیزائن متوازن (Balanced) ہوتا

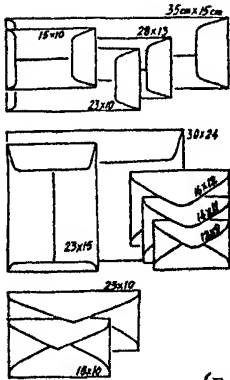


تقسیمات (Divisions) سب سے متبول ہیں۔

| سائز | انچوں میں | میٹروں میں |
|------|------------------------------------|------------------|
| 1/4 | $11 \times 8\frac{1}{8}$ | 279×216 |
| 1/5 | $10 \times 7\frac{1}{2}$ | 254×190 |
| 1/6 | $8\frac{3}{4} \times 7\frac{1}{2}$ | 222×184 |
| 1/8 | $8\frac{1}{2} \times 5\frac{1}{2}$ | 216×140 |

بین الاقوامی سائز ہیں:

| سائز | میٹروں میں |
|------|------------------|
| A4 | 297×210 |
| A5 | 148×210 |
| A6 | 138×105 |



لٹافے (Envelopes)

خطوط اور دیگر ملوف (Enclosures) جیسے لف لیٹ (Leaflets)، فولڈر (Folders)، جوائی کارڈ وغیرہ کو پہنچانے کے لیے لٹافے تیار کیے جاتے ہیں۔ عام طور پر لٹافے سفید ہی ہوتے ہیں مگر رنگین، ٹیلا اور کرافٹ پیپر سے تیار شدہ لٹافے بھی کوئی مجوبہ نہیں ہیں۔ لٹافوں کے معیاری سائز اوپر دکھائے گئے ہیں۔ ان مذکورہ بالا لٹافوں کے دیگر سائزوں کے لیے شرحیں کتابچی نہیں ہوتیں۔ ونڈو (Window) والے

حروف اور الفاظ کا درمیانی فاصلہ مقرر کرنے میں ہوشیاری برہیں۔

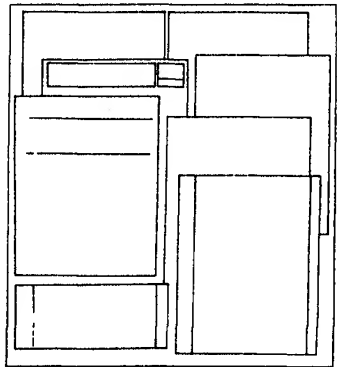
رنگ تجارت یا تیار ہال کے مناسب ہوں، بہت ہلکے نہ ہوں۔

سدا اہلی جانب لٹائیں نشان پچکان / لوگو (Logo) یا ٹریڈ مارک (Trademark) لٹانے کو ترجیح دی جاسکتی ہے۔

حروف چاہے کرنے کے لیے آؤٹ اسٹائل کی رائے دی جانی چاہیے۔ اسٹیشنری کے ڈیزائن کے لیے یہ بات ذہن نشین رکھنی چاہیے کہ چاہے رائٹر کی لائنوں کا فاصلہ ای۔ ایف۔ ایس (ems) یا ہاف ای۔ ایف۔ ایس (Half ems) میں ہوتا چاہیے۔

لیٹر ہیڈ اور اسٹیشنری میں کام آنے والے کاغذ

اسٹیشنری کے لیے ہانڈ (Bonds) مثالی اسٹاک ثابت ہوتا ہے۔ سفید رنگ کا کاغذ سب سے زیادہ متبول ہے مگر اکثر و بیشتر پیل شدہ میں رنگین کاغذ کا بھی فیشن چلتا رہا ہے۔ اصل (Original) کے لیے نہایت ہماری قسم کا کاغذ اور نقل (Copies) کے لیے ہلکا کاغذ استعمال کیا جاتا ہے۔ ڈپلی کیٹ اور ڈپلی کیٹ (Duplicate and Triplicate) چھنائی (Sorting) کرنے کے کام میں آسانی کے پیش نظر ہلکے اوزان کے رنگین کاغذ متبول ہیں۔



سائزوں کے اسٹاک کی $457\text{mm} \times 584\text{mm}$ ($18'' \times 23''$)

سے کپٹی کا اسٹاکل مظلوم ہو جاتا ہے۔ بہت زیادہ ہو تو ایک نعرہ یا ایک سرخی بہت ہے لیکن یہ نعرہ یا سرخی شان دار اور موزوں ہو۔

سرکلر اور لیٹ (Circular and Leaflets)

یہ ایک ورق سے بنے ہوئے ہوتے ہیں۔ ان کی تعداد بھی ایک یا کبھی ایک سے زیادہ ہوتی ہے۔ کبھی یہ الگ الگ ہوتے ہیں یا کبھی اسٹاپل (Staple) کر دیے جاتے ہیں۔ یہ عام طور پر خطوط کے ساتھ ہی نکلتی ہوتے ہیں اور ان کا مقصد مضمون میں اضافہ کرنا ہوتا ہے۔ ان میں تیار مال کا تذکرہ ہوتا ہے۔ یہ ان مضمون میں ہمہ گیر ہوتے ہیں کہ انھیں بلیک اینڈ وھائٹ، رنگین یا صرف سائیکلو اسٹاکل انداز میں چھاپا جاتا ہے۔ کاغذ، سفید ہو سکتا ہے اور رنگین بھی۔

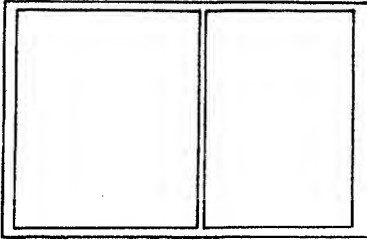
بہر حال ان سے ذاتی جذبات کی بونہیں آتی یعنی یہ بے تعلقانہ پائی ہوئے ہیں۔ حتیٰ کہ ان سے خشک جو خط ہو تا ہے اس سے بھی اسی قسم کا تاثر پیدا ہوتا ہے۔

لقاؤں میں دعوہ پر خلاف حفاظتی سیلو فین کی شیلڈ (Cellophane Protective Shield) لگی ہوئی ہوتی ہے۔ اس سے لفاظہ پر پتہ لکھنے میں کٹنے والا وقت بچ جاتا ہے۔

ڈیزائن کاری کرتے وقت پتہ دلی سمت پر لوہری داغی جانب ڈاک ٹکٹ (Postage Stamps) چسپاں کرنے کے لیے جگہ چھوڑنا بھی ضروری ہوتا ہے۔ پتہ لکھنے والی جگہ سب سے نمایاں ہونی چاہیے۔

بیچنے والے کا نام اور پتہ اتنا نمایاں نہیں ہوتا (لیکن ہو تا ضرور ہے)۔ اس کا مقصد ڈاک ٹکٹ ملازمین کو غیر ترکیل شدہ خطوط بیچنے والے کو واپس لوٹانے میں آسانی بہم پہنچانا ہوتا ہے۔ کچھ مشہورین لفظانے کے ڈیزائن کو چھوڑنے سے پوسٹر کا روپ عطا کر دیتے ہیں جو سراسر غیر مناسب ہے۔ ہاں اگر جہاد کے کسی خصوصی موقع پر عمدہ ڈیزائن والا لفاظہ ہو تو بات دوسری ہے۔ اس سے بیچنے والے کی پہچان ہو جانی چاہیے۔ اس کام کے لیے ٹائپ گرافی میں مناسب ساز کی کوئی نشانی (Emblem)، ٹریڈ مارک کافی رہتا ہے جس

ڈائریکٹ میل (Direct Mail)



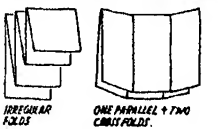
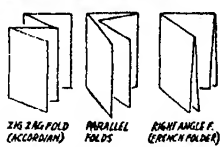
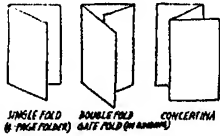
فولڈر (Folders)

یہ خط کے مقابلہ کم اور یک لپٹ (Booklet) کے مقابلہ زیادہ ذاتی ہوتے ہیں۔ یہ اس وقت چھپائے جاتے ہیں جب پیغام خط سے بڑا ہو جائے مگر یک لپٹ، نقش یا چارٹ کے لیے چھوٹا رہ جائے۔ کچھ پیغام جیسے سیاحتی ادب (Tourist Literature) تو ایسے ہوتے ہیں جو صرف فولڈروں کے اسٹائل میں ہی چھپائے جاتے ہیں۔

فولڈر کے ڈیزائن پر خصوصی توجہ دینے کی ضرورت ہوتی ہے۔ پیغام اس انداز میں مرتب کیا جاتا ہے کہ قاری سے کچھ میں آتا چلا جائے اور اس بات کا دارومدار فولڈر کی تہوں پر ہوتا ہے جیسے جیسے فولڈر کھولتے چلے جائیں ویسے ہی کہانی بیان ہوتی چلی جائے۔

آرٹ کا فنڈ کے موڈ اس انداز سے تشکیل دیتا شروع کرتا ہے کہ پیغام کے مختلف حصے دلچسپ قاری اختیار کرتے چلے جائیں۔ کاغذ کے سازندوں کے علم سے کفایتی ساز کا پتہ لگانے میں آسانی ہو جاتی ہے۔ فولڈروں کے لیے کوئی تعصب نسل تیار نہیں کیا جاتا۔ پہلے رف فل ساز کو فولڈر ڈیزائن کی ڈی (Dummy) کہا جاتا ہے۔

جامع فولڈروں (Comprehensive Folders) کی تیاری میں رف (Rough) لازمی طور پر رہنمائی دیتا ہے۔ اس میں عناصر کے ساز، شکل و صورت (دکھائی دینے کے انداز) اور لے آؤٹ کافی حد تک یقینی دکھائی دینے چاہئیں۔ ساتھ اور پشت کے حصے کو جامعیت بخشنے کے لیے انھیں غلط غلطہ غلطہ تیار کیے جاسکتے ہیں اور پھر ایک دوسرے کی پشت سے پشت ملا کر چسپاں کیا جاسکتا ہے۔ اسے بڑے پر چسپاں نہیں کیا جاتا کیونکہ گاہک آزمائش کے طور پر انھیں استعمال (بھی) کرنا چاہے گا۔ تیزی سے کھولے جانے والے فولڈروں اور نمونوں یا ترغیب دینے والی پلاسٹک یا لکڑی کی چیزوں کو اپنے اندر رکھنے والے چیزوں کو ایسے کارڈ پر چھاپنے کی ضرورت ہوتی ہے جو اتنا مضبوط اور سخت ہو کہ ملفوف (چپٹے) کی شکست برداشت کر سکے اور جس پر ڈائی پچنگ (Dye Punching) کرنے میں بھی سہولت ہو۔



کبھی کبھی جاپانی اور یوگائی کی طرح کی تہوں (The Japanese Origami Type of Folds) سے مطلوبہ ڈیزائن کی تہیں حاصل ہو جاتی ہیں۔ ڈیزائن میں ایسی صلاحیت موجود ہو جس کی بدولت وہ ہاتھ کے ہاتھ کاغذ میں

ہافتہ — دونوں یعنی سرورق اور اندرونی صفحات کے لیے — بہت زیادہ دستیاب ہیں۔ کاغذ سے حراج معین کرنے میں مدد ملتی ہے اور اس کی نقش (Finish) کے ذریعہ خاص احساس اجاگر کیا جاتا ہے۔ زیادہ تر کام کے لیے فارمیٹ کا انتخاب کاغذ کے اشاک سائز کے کٹائی تراش (Economical Cut) سے کیا جاتا ہے۔ یہ ایک اہم بات ہے کہ منتخب فارمیٹ پیغام کے لیے پسندیدہ شیبہ (خروخت اہل، وقار، موقع (Occasion) یا صرف سرت) اجاگر کرتا ہے۔ اس سے تجارت میں ایک خاص معیار بھی پیدا ہوتا ہے۔ اس میں تفصیلات دکھانے والی کافی بڑی تصاویر کی اجازت دی جانی چاہیے۔ 64 صفحات والی بک لٹ کو اس کے بیچ میں تا بیچ ست کر کے سیا جاسکتا ہے۔ 200 صفحات تک کی بک لٹ میں پہلو کی سلائی (Side Stitch) کی جاسکتی ہے اور سرورق کو سب سے اوپر چسپاں کیا جاسکتا ہے۔ قلیل مدتی لٹریچر کے لیے سیکشن اسچنگ (Section Stitching) سے شذوذ اور غری کام لیا جاتا ہے۔

کتابچے (Brochures)

ایسی مجموعی کتابیں (Booklet) ہوتی ہیں جن میں تقریباً 16 صفحات ہوتے ہیں۔ ان کی نمائندگی قدر (Presentation Value) میں بہا نوعیت کی ہوتی ہے، اکثر مسودہ کن اور کبھی کبھی خوبہ کھلو کی نمائندگی لے آؤٹ (Page layouts) بھری اتحاد (Visual Unity) کا بہت اہم جز ہوتا ہے جس کے لیے ڈیزائن کو پرکمال ترکیب سمجھی ہوتی ہے۔ دیگر ذرائع ابلاغ میں دیے جانے والے اشتہارات کے جواب میں موصول ہونے والی فرائضوں کے مطابق جواب میں عام طور پر کتابچے لٹرافوں میں رکھ کر ڈاک کے ذریعہ بھیج دیے جاتے ہیں۔

ابجدی فرد (Catalogues)

یہ فولڈر یا بک لٹ ہو سکتی ہے اور ان میں سیلف میلر کے طور پر یا لٹرافوں میں رکھ کر بھیجا جاسکتا ہے۔ حالانکہ ان کا اجرا دیگر موقعوں پر بھی عمل میں آسکتا ہے مگر یہ تیل آرڈر سے زیادہ وابستہ ہیں۔ ان کی نمایاں خصوصیات درج ذیل ہیں:

- (1) زیادہ تر حقیقی فوٹو گرافوں یا ڈرائنگوں سے مزین ہوتی ہیں۔
- (2) پروڈکشن کے مختلف تفصیلی معلومات اور ان کے فوائد درج

مطلوبہ فٹنس (Folds) اور ڈائی کٹ (Dye Cuts) کے نشان لگائے اور ہاندھنے کے ایسے طریقے اختیار کر کے جو بیچ ڈیزائن کے عناصر کو عمل میں ہو۔

سیلف میلر (Self Mailers)

یہ ایسے فولڈر یا بک لٹ ہوتے ہیں جن کے ہر دوئی صفحات میں سے ایک منظر کو بچہ لکھنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔ ان میں لانے لے جانے کے لیے کوئی لفافہ استعمال نہیں کیا جاتا (اسی لیے ان کا یہ نام پڑا ہے)۔ خصوصی قسم کے ڈائی کٹ بلیک ڈیوٹس (A Special Dye Cut Hooking Device) کے ذریعہ یا گوند بردار اسٹیکر (Gummed Sticker) کے ذریعہ عبوری طور پر کھولنے سے باز رکھا جاتا ہے۔ اس ضمن میں استعمال کیا جانے والا اشاک کاغذ بھی ہو سکتا ہے اور کارڈ بھی۔ اسی طرح ڈیزائن کاری کا دار و مدار بھی اس بات پر منحصر ہوتا ہے کہ فولڈر تشکیل دینا ہے یا بک لٹ۔

برلاسائڈ (Broadslides)

دو یا تین سائڈ (560mm × 890mm یا 430mm × 560mm) کے فولڈر کو برلاسائڈ کہتے ہیں۔ اسے کسی لفافہ میں رکھ کر یا بطور سیلف میلر ایک جگہ سے دوسری جگہ بھیجا جاسکتا ہے۔ اپنے جذبے کے باعث یہ ایک شاندار نقش مرتب کرتا ہے۔ اس خیال کے پیش نظر برلاسائڈ سے ڈاک مہم کا آغاز اور اختتام کرنا نہایت شاندار قرار دیا جاسکتا ہے۔ اس کے ڈیزائن کو پوسٹر کے طور پر تصور کر کے اس پر بڑی بڑی تصاویر اور جھوٹا سائز فب دینے والا پیغام چھاپا جاسکتا ہے۔

بک لٹ (Booklets)

بک لٹ کی ڈیزائن کاری اس لیے کی جاتی ہے کہ اس میں کوئی مضمون فولڈر سے زیادہ گہرائی و گیرائی سے پیش کیا جاسکے۔ اس میں قارئین کے بہت سے سوالوں کے جواب دیے ہوئے ہوتے ہیں۔ قاری اس سے ایک لمبے عرصے تک استفادہ کرتا ہے۔ جگہ (صفحات کی تعداد)، فارمیٹ (Format) کا انتخاب اور کاغذ کی اقسام — مختلف اوزان، رنگ اور

ہوتے ہیں۔

- (3) قیمتیں درج ہوتی ہیں بشرطیکہ پرنٹ آرڈر ختم ہونے کی مدت کے دوران ان میں تبدیلی ہونے کی توقع نہ ہو۔ قیمتیں تبدیل ہو جانے پر الگ سے قیمت بتائی جیسا کہ خشک کر دینا بھی ایک عام بات ہے۔
- (4) اس کا خاص مقصد یہ ہے کہ ایک ایک ایچ جگہ کو معلومات سے بھر کر دیا جائے۔ اس لیے چند ہی اجدی فرد ایسی ہوتی ہیں جن میں مفید جگہ دیکھنے کو مل جاتی ہو۔ یہ عام طور پر منظم موضوعات سے شہساحس ہجری ہوئی اور فہرست سے نمایاں طور پر الگ دکھائی دیتی ہیں۔

ہاؤس جرنل (House Journal)

کسی کمپنی کے تمام ملازمین اور ممبران کے مابین بہتر سمجھ بوجھ پیدا کرنے اور اپنی سادہ بہتر بنانے کے لیے جب کوئی کمپنی ایک خاص مدت (ایک ماہ یا دو ماہ بعد) گزرنے پر جب کوئی مواد شائع کرنا کر تقسیم کرتی ہے تو اس مطلوبہ مواد کو ہاؤس جرنل، ہاؤس میگزین (House Magazine) یا نیوز لیٹر (Newsletter) سے موسوم کیا جاتا ہے۔ کچھ کمپنیاں اس سلسلہ کا استعمال کمپنی سے متعلق مختلف طبقوں میں بہتر روابط قائم کرنے کے لیے بھی کرتی ہیں۔ اس کا مقبول عام سائز "8 1/2" x 11" یا 279 mm x 216 mm A4 ہوتا ہے اور اس کے لیے لیٹر پریس پر خشک پرنٹنگ یا دستی ہے کیونکہ اس کی کاپیوں کی تعداد بہت زیادہ نہیں ہوتی۔ فوٹو گرافس ہمیشہ جردوں کو مستحکم بنانے کے لیے شائع کیے جاتے ہیں۔ اسی لیے طباعت میں کوئی جگہ استعمال کیا جاتا ہے یا پھر امیٹیشن آرٹ (Imitation Art) کا۔ کچھ ایسی مثالیں بھی مل جاتی ہیں جہاں نیوز لیٹر کو نیوز پرنٹ پر نیچلو (Tabloid) فارمیٹ میں طبع کر دیا گیا ہے۔ عام طور پر جرنل اور ہاؤس جرنل میں موجود جگہ شہسحرین کو فروخت نہیں کیا جاتا اس کے برعکس اسے ڈاک کے ذریعہ مفت بھیجا جاتا ہے یعنی اس طرح اس کا شمار ڈائریکٹ میل لٹریچر میں کیا جاسکتا ہے۔

جہاں تک اس کے ذریعہ ان کارڈی کا سوال ہے تو یہ میگزین کی ہی طرح ہوتی ہے، اس کی شکل و صورت و جمالیات کی غائب کے مطابق ہوتی ہے، سردی کاؤڈریان افرادیت کا حامل اور اس کا مطالعہ کرنے پر کسانے والا ہوتا ہے۔ اس میں باقاعدہ نویت کی چیزوں کے لیے نقش جگہوں میں ایک

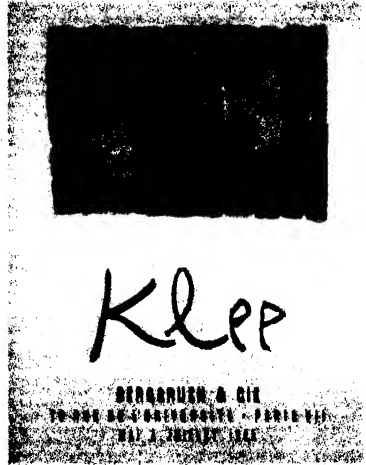
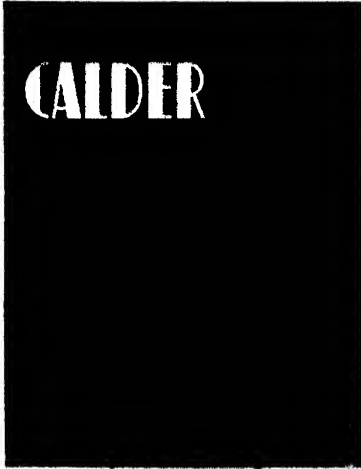
ترتیب رکھی جاتی ہے، لسن طباعت (Typography) اور لے آؤٹ گریڈ (Layout Grids) کو معیاری بنایا جاتا ہے..... پروڈکشن کی قدر و قیمت اور جرنل کی شہسحر سحرانے کے لیے مذکورہ بالا باتوں کو ذہن میں رکھا جاتا ہے۔ مندرجہ ذیل قانونی شرائط پر عمل کیا جاتا ہے:

- (1) رجسٹریشن نمبر اسنے واضح طور پر لکھا جائے کہ محکمہ ڈاک کے ذمہ داران اسے بہ آسانی پڑھ سکیں۔
- (2) پہلی سالانہ اشاعت میں ملکیت سے متعلق بیان شائع کرنا ضروری ہے۔
- (3) ہر اشاعت میں پرنٹر اور پبلشر کی پچان (نام، پتہ) ضرور تحریر کرنا چاہیے۔

خبروں کے سب سے زیادہ عمومی موضوعات یہ ہو سکتے ہیں:

- سلامتی، ایسے سماجی اجتماعات جہاں پورا اشاف شریک ہوتا ہو جیسے تہوار، کلب، سالگرہ، شادی، اموات، صحت، حفاظت، معزز اور اعلیٰ عہدے داران کی بطور مہمان تشریف آوری، کتبہ اور بچوں سے متعلق پروگرام وغیرہ کے موقع پر تمام اشاف کی شرکت۔
 - تنقید: اپنے میں بہتری پیدا کرنے، کارکردگی میں بہتری لانے کی طرف راضی کرنے والے تعلیمی مضامین اور پروڈکٹ ریسرچ کے ذریعہ کی جانے والی ترقی سے متعلق مضامین وغیرہ۔
 - کارکردگی تشویق (Performance Motivation): جیسے مقابلے، انعام، تریاں (Promotions) اور یہ کہ دیگر شاخوں میں کیا ہو رہا ہے وغیرہ۔
 - اس میں ایک ایڈیٹوریل مضمون ہوتا ہے اور کسی کسی موقع پر کمپنی کے چیئرمین کی جانب سے پتیام بھی ہوتا ہے۔ خالی جگہوں کو بھر کر کے کے لیے مختلف چیزوں کی فہسحر اور لیٹے وغیرہ بھی ہو سکتے ہیں۔
- ایڈیٹر شپ کی ذمہ داری عموماً پبلک ریلیشن آفیسر (Public Relation Officer) پر عائد ہوتی ہے۔ پبلک ریلیشن آفیسر کی مدد تریل رٹ اشاف (Communication Oriented Staff) کرتا ہے جو کمپنی کی مختلف شاخوں سے وابستہ ہوتا ہے اور خبریں اور خیالات جمع کر کے پبلک ریلیشن آفیسر کی خدمت میں پیش کرتا ہے۔

پوسٹر (Posters)



شیتوں (Colour Plastic Sheets) پر تیار کیے ہوئے ڈیزائن،

— بسوں، لاریوں، دیتوں، ریلوں وغیرہ پر موبائل ڈسپلے (Mobile

Display) جو پلاٹینٹ کر دیے جاتے ہیں یا نہیں پر چپے ہوئے ہوتے ہیں۔

یہ تمام کے تمام یاد دلانے والے اشتہارات (Recall

Advertisements) کہلاتے ہیں کیونکہ ناظرین تو حرکت میں ہوتے ہیں اور

شاذ و نادر ہی پیغام پڑھنے کے لیے رکتے ہیں۔ پوسٹر ناظر (Viewer) کو اس

تفصیلی اشتہار کی یاد دلاتا ہے جو دیگر ذرائع ابلاغ جیسے اخبار، میگزین، ڈائریکٹ

میل وغیرہ میں چھپ چکا ہو تا ہے۔ ہم اپنے مطالعہ کو کاغذ پر چھپنے والے

اشتہارات تک ہی محدود رکھیں گے۔

آؤٹ ڈور اشتہار بازی (Outdoor Publicity)

آؤٹ ڈور اشتہار بازی کے لیے دیا جانے والا پیغام مندرجہ ذیل

شکلوں کا ہو سکتا ہے:

— گزری کے فریم پر تھے ہوئے کپڑے پر ہاتھ سے پینٹ کیا ہوا پیغام،

— نی آن سائن (Neon Sign) کے نظر فریب سائن بورڈ جن میں مختلف

رنگوں کی روشنیاں جگمگاتی ہیں۔ یہ روشنیاں متحرک بھی ہو سکتی ہیں،

— کاغذ پر چپے ہوئے پوسٹر،

— شاپ سائن (Shop Signs) — پینٹ شدہ سائن بورڈ یا مین کی چادر

پر ایمیل حروف سازی (Enamel Lettering) یا رنگین پلاسٹک

پوسٹر ڈیزائن (Poster Design)

داخل طور پر معترف یک رخی تصویر (Silhouette) دیکھنے والے پر فوراً اثرات مرتب کرتی ہے۔ رنگوں سے منفویت میں اضافہ ہو جاتا ہے۔

(6) اگر پوسٹر کی تحریر کچھ میں نہ آئے تو یہ لیئرنگ کی وجہ سے نہیں ہوتا۔ یہاں لیے، بحکیت شدہ یا ضرورت سے زیادہ الفاظ مطلوب نہیں ہوتے بلکہ بس سطر کی مخالفت میں الفاظ ایسے رنگ سے لکھے جائیں جو واضح طور پر نظر آجائیں۔ ایسا کیا جائے تو یہ کچھ میں آجائیں گے اور آسانی سے پڑھ لیے جائیں گے۔

مختلف سائز، طعانت، استعمال

عام طور پر اشتہارات درج ذیل سائزوں میں چھاپے جاتے ہیں:
 وڈو کارڈ (Window Card) کے لیے:

15" x 20", 380 mm x 510 mm

اسٹریٹ لائٹ کسک (Street Light Kiosks) کے لیے:

30" x 40", 760 mm x 1016 mm

اسے سنگل شیت (Single Sheet) کہتے ہیں۔

چھوٹے ضرورت کے لیے سائز: 20" x 30", 568 mm x 760 mm
 اسے نصف شیت (Half Sheet) کہتے ہیں۔

سکس شیت (Six Sheet): 6 شیتیں (Sheets) علیحدہ علیحدہ چھاپے جاتے ہیں اور انھیں بعد میں چسپاں کرنے والا شخص نکال کر دیتا ہے

60" x 120" or 1520 mm x 3048 mm

ٹو شیت (Two Sheet) اور تری شیت (Three Sheet) بھی مروج ہیں۔

ریلوے کسک (Railway Kiosks) کے لیے:

27" x 40", 685 mm x 1016 mm

پوسٹروں کو زیادہ تر آفیسٹ پروڈکٹس سے ہی چھاپا جاتا ہے اور ہمارے ملک میں سنیما انڈسٹری کے لیے یہ کام خاص طور پر کیا جاتا ہے۔

اسٹریٹ لائٹ پکٹ (Street Light Poles)، ریلوے اسٹیشن اور سنیما گھر کچھ ایسے نمائش (Display) مقامات ہوتے ہیں جو پوسٹروں کے معیاری سائز کے لیے موزوں رہتے ہیں۔

صارفین کے لیے اشیاء تیار کرنے والی صنعتیں، انجینئر لائٹس والی پارٹس، ٹورزم انڈسٹری (Tourism Industry) اور ثقافتی تنظیمیں پوسٹروں کو کم پینڈ پر اور چھوٹے سائز میں ہی چھپاتی ہیں۔

جہاں آؤٹ ڈور ڈسپلے کے لیے لے آؤٹ کے تمام ضابطے عائد ہوتے ہیں پوسٹر میڈیم کے لیے خصوصی طور پر کچھ شرائط عائد ہوتی ہیں جو مندرجہ ذیل ہیں:

(1) اپنی جانب توجہ مبذول کرانے والا ہو۔ اس میں پڑھنے کے لیے جلی حروف اور تصاویر موجود ہوں۔ 80% توجہ گھبراہٹ ہو سکتا ہے۔ یہاں سفید رقبہ کی کچھ زیادہ اہمیت نہیں ہے۔ سمجھاتے ہوئے رنگوں کا استعمال کیا جاسکتا ہے۔ مائل لکھ کے مقابلہ ابتدائی اور چٹائی رنگ بہتر رہتے ہیں اور توجہ جذب کرانے کے مقام پر خاکستری (Greys)۔

(2) یہ اس طرح تیار کیا جائے کہ مکمل حد تک کم ترین وقت میں، یعنی 6 سیکنڈ سے بھی کم عرصہ میں بینا بینا کے کام انجام دے۔ سادگی اور راستی (Simplicity and Directness) کامیابی کا راز ہے۔ ایک واحد تصور کو ایک پوسٹر میں 6 الفاظ یا اس سے بھی کم الفاظ میں پیش کرنا واقعی اصل میں "جملہ" قرار دیا جاسکتا ہے۔

اس طرح بظاہر پوسٹر میں تفصیلی عبارت یا بیڈی کال (Body Copy) جیسی کوئی چیز نہیں ہوتی۔ اس میں صرف سرفی، تصاویر اور معنی خیز علامت (پروڈکٹ یا کھیتی کو گناہپ یا ٹریڈ مارک) ہو سکتا ہے۔

(3) پوسٹر میں فوری طور پر پروڈکٹ یا خدمت خریدنے کی تحریک اجاگر کرنے کی خصوصیت موجود ہو۔

(4) یہ ناظر کو کسی اور ذرائع ابلاغ میں پیچے ہوئے تفصیلی پیغام کی یاد دہانی کرے۔ اس لیے یہ بات اکثر دیکھنے میں آتی ہے کہ پوسٹر کی سرفی، کال، تصاویر، رنگوں، لے آؤٹ وغیرہ کے عناصر وہی ہوتے ہیں جو دیگر ذرائع ابلاغ کے ذریعہ کی جانے والی اشتہاری مہم میں استعمال کیے جاتے ہیں۔

(5) پوسٹر، پیغام کے دعوے کی توثیق کرتا ہے بشرطیکہ اس میں استعمال کی جانے والی تصاویر الفاظ سے زیادہ یقینی ہوئی استعمال کی جائیں۔ فوٹو گرافی سے حقیقت کا اظہار بھی ہو جاتا ہے اور اس سے دعوے کی توثیق بھی ہو جاتی ہے۔

بھری طور پر اثر بنانے کے لیے تصویر میں مبالغہ پیدا کر دیا جاتا ہے۔ اشیاں شدہ آرٹ کو جلی، خورانی کچھ میں آجائے والی، جاذب نظر اور ترغیب دینے والی ہونی چاہیے۔ تجزیہ آرٹ (Abstract Art) کوئی مدد نہیں کرتی۔

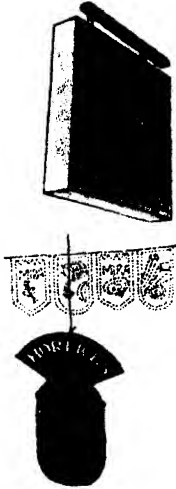
پانٹ آف پرچیز ڈسپلے (پی۔ او۔ پی) / پانٹ آف سل ڈسپلے

(Point of Purchase Display (P.O.P) / Point of Sale Display)



یہ نام ان نمائشوں کو دیا گیا ہے جنہیں کوئی فروخت کنندہ مارکیٹ میں منعقد کرتا ہے۔ یعنی ایسی جگہ کہ جہاں یا جس کے آس پاس چیزیں فروخت کی جارہی ہوں یا ان کی نمائش کی جارہی ہو۔ جیسے سیل کاؤنٹر (Sales Counters)، شو ویڈوز (Show Windows)، نمائشوں کے داخلہ دروازے وغیرہ۔ ان نمائشوں کے ذریعے وہ پروڈکٹ کی فراہمی کی اطلاع لوگوں تک پہنچاتا ہے۔ ان کا اصل مقصد ناظرین کو براہ راست (Brand Image) سے آگاہ کرنا اور اسے دیکھ کر انہیں دلی تحریک (تحریک خرید) پر ایسی بھ خریدنے پر مجبور کرنا ہوتا ہے۔ پانٹ آف پرچیز (Point of Purchase) یا نقطہ خرید اس آخری لمحہ کہتے ہیں جب کوئی فروخت کنندہ (Seller) کسی امکانی گاہک کو پروڈکٹ خریدنے کے لیے تیار کر لیتا ہے۔ پی۔ او۔ پی ڈسپلے کو دیکھ کر خریدار کو فوراً یاد آجاتا ہے کہ اس نے اس شے کا اشتہار کسی ذریعہ ابلاغ میں دیکھا ہے۔ اس کا یقین مزید پکا ہو جاتا ہے اور وہ اس چیز کو خرید لیتا ہے۔ اس وجہ سے بہتر ہے کہ پی۔ او۔ پی ڈسپلے کی ڈیزائن کو مجموعی اشتہاری مہم سے جوڑ دیا جائے۔ اس کے لیے کچھ عناصر جیسے سرخی (Headline)، رنگ، تشبیہات، فنی علامت (Typography) وغیرہ اور معنی خیز علامت (Signature) کو مشترک کرنا پڑتا ہے۔

ایک عمدہ پی۔ او۔ پی ڈسپلے جیسے کہ پوسٹر، بہت ہی مختصر سے حرم میں فروخت کی تجویز کو پیش کر دیتا ہے۔ تاہم آخری منٹ پر یقین دلانے کے لیے یہ ڈسپلے ناظرین کو کھڑا ہونے، پیغام پڑھنے اور ذرا اور تفصیل سے واقف ہونے کی زحمت بھی دیتا ہے۔ اس طرح متعارف کرانے اور شوق پیدار کرنے والی سرخی کے علاوہ (ڈسپلے میں) کچھ تصاویر بھی دی ہوئی ہوتی ہیں جو تفصیل بیان کرنے اور یقین دلانے والی ہوتی ہیں۔ اس کے علاوہ پروڈکٹ علامت یا نشان (Product Signature) کی ایک مختصر سی کاپی بھی ہوتی ہے۔ جس کے لیے صاف لکھائی بہت ہی اہم ہے تاکہ پیغام بخوبی پڑھ لیا جائے۔ اس طرح تصویر میں دکھائی جانے والی شے بھی واضح اور سادہ ہو تاکہ اس کا فوری اثر مرتب ہو۔



سب سے عام پی۔ او۔ پی تو ذات خود چمک ہی ہو تا ہے۔ اس کے بعد نمبر آتا ہے سیل کاؤنٹر ڈسپلے (Sales Counter Display)، شوکارڈ (Show Card)۔ کا۔ پی کاغذ پر چمپا ہوا ایک چھوٹا سا پوسٹر ہو تا ہے جو اسٹرابورڈ (Strawboard) پر نصب ہو تا ہے۔ اسٹرابورڈ کو اس کی پشت پر لگی ہوئی ٹیک کے سہارے مناسب طور پر بڑھانے جا سکتے والے زلوں پر کھڑا کیا جا سکتا ہے۔ اسے دیوار پر لٹکنے کا انتظام بھی ہو تا ہے۔ لیکن رولہ گیروں کی توجہ میزڈل کرنے کے لیے بے شمار قسم کے اسٹیکروں (Stickers)، معنی خیز علامت، پوسٹر، ٹرانسپیرنسی (Transparencies) (یعنی چھپتے ہوئے فلمیں اور شیشے جن پر پشت سے روشنی ڈالی جاتی ہے) اور سونے سے تحرک بنائے جانے والے ڈسپلے (Displays) وغیرہ کا استعمال کیا جا رہا ہے۔ آج کا پی۔ او۔ پی ڈیزائنر تصویروں، روشنی، رنگ، آواز، خوشبو، حرکت وغیرہ کو بروئے کار لاتا ہے۔ صاف ظاہر ہے کہ یہ کام ایک ایسا آرٹسٹ ہی انجام دے سکتا ہے جو گر انک ڈیزائنر سے زیادہ اہلیت رکھتا ہو۔ 'اوڈوپک سائن بورڈ' ('Odopic Signboard') اوپر لٹکا ہوا آئینہ چھپتے ہوئے خلائی پلاسٹک (Oil Painted Vacuum-formed-plastic) کا ڈسپلے ہو تا ہے جس پر انجیروں نقش پتے ہوئے ہوتے ہیں۔

بائیں طرف پی۔ او۔ پی ڈسپلے دکھائے ہوئے ہیں۔ ان پر یا تو انجیل چرھا کر پکا دیا جاتا ہے یا مچھلی ہوئی ٹین کی چادر، پلاسٹک، کاغذ لیمینٹڈ (laminated) سطحیں وغیرہ موجود ہو سکتی ہیں۔

بائیں طرف ایک گردش کرنے والا ڈسپلے دکھایا گیا ہے۔ ڈسپلے بوسل بنداشیا کے لیے ہو تا ہے۔ اس میں معلوماتی کتابچوں کے لیے جیب بھی بنی ہوئی ہوتی ہے۔ فریوئل ڈسپلے (Travel Display) تین تئوں والے کارٹنوں سے بنا ہوا ہوتا ہے۔ یہ آفیس سے چھپے ہوئے گتے کے ڈبے ہوتے ہیں۔



اوپر ایک شوکارڈ (کورا) اور اس کے برابر میں وال ریک (Wall Rack) دکھائی گئی ہے جو ہارکس ہنگر (Horticks Hanger) ہے۔ اس کی پشت پر ایک اسٹریمر (Streamer) بھی لگا ہوا ہے۔ سب سے اوپر ایک ایکریٹک بکس (Acrylic Box) دکھایا گیا ہے۔ اس میں روشنی کا انتظام ہو تا ہے۔ اسے داخلی دروازوں پر ٹانگ کر رات کو ڈسپلے کرنے کے لیے استعمال کیا جاتا ہے۔

[illegible]

آئے نہ والا کاچ کر تھو، کبھی کبھی ایسا بھی ہوتا ہے کہ چینگ شدہ سامان کی ظاہری شکل و صورت کو دلفریب معانی پہنچی ہے جیسا سنگاری کی اشیاء کی چینگ۔ اس طرح شیشہ کی بوتلیں، جن کے ڈبے، الوٹوں کی نیوب، گنڈی کے ڈبے اور پٹیال، ہر شکل و صورت کے پلاسٹک کے چیز دان، پائس اور بید کی جگہ پر، مجھے کے چھوٹے بڑے ڈبے، زعفران چینگ میں استعمال کیے جا رہے ہیں۔ اصل میں یہ کام تو معنی دار نازک کام ہے مگر کاغذ اور تھکے کے مختلف ڈبوں کے ذریعہ انٹنگ کے کام کی ذمہ داری گرکھ ڈیزائنز کو سونپ دی جاتی ہے۔ کیونکہ انھیں پرنٹ شاپ میں (جو بے خیالہ پر تیار کر لیا جاتا ہے اور اس کے لیے دھات، پلاسٹک یا لکڑی کے سامان کی تیار کی کے لیے الگ سے کسی روکمان و فیکر کو قائم کرنے کی ضرورت ہوتی۔

ہر ڈھک کے لیے ذرا ان کی کمر بستہ پہچان ہونی چاہیے کیونکہ یہ خوردہ فروش کی حیثیت پر نمایاں طور پر کھڑا رہتا ہے اور ایک خاموش مگر متاثر کن انداز میں اپنی بات سنانے والے سلیمن کلین کاردار اور کار کا ہے۔
ذیادہ تر بھینٹوں کے نیچوں کو جمع کر لیتا ہے اور آڑھیں رو عمل کا مشاہدہ کرنے کے لیے ایک نقل (Mock) تیار کرتا ہے۔ ذیادہ تر کے ذہن میں مندرجہ ذیل امور موجود ہوتے ہیں:

پینٹنگ کا ہنڈلی متعدد تین وجوہات کی بنا پر دراصل چیز دان (Container) سمیٹا کر رہا ہے۔ ہر ڈاک کی حفاظت، ہر ڈاک (تیارشے) لانے کے جانے میں آسانی اور شے سے متعلقہ معلومات۔ تاہم مملا اس کا استعمال صدف کی منگوری حاصل کر رہا ہے۔ کیونکہ پینٹنگ کی وضع قطع سے حق پینٹنگ شدہ شے کی قدر و قیمت کا تصور پیدا ہوتا ہے اور اس کی توثیق میں اضافہ ہوتا ہے۔ ایک دوسرا تصور بھی کارفرما ہوتا ہے اور وہ یہ کہ شے استعمال کرنے کے بعد پینٹنگ کو (کسی اور شے کے رکھنے کے لیے) الفا کر کے رکھ دیا جاتا ہے۔

چمکے چمکے گوردے فروشی الماریں میں لکھ کر فروخت کرتا ہے اس لیے اس بات کے جنٹری ٹیکس اس قسم کا ہونا چاہیے جو فروخت کنندہ اور خریدار دونوں کو اپنی جانب رافع کرنے والا ہو۔ ٹیکس میں متبادل آرائی کو دھماں میں لکھ کر ہر ایک فروخت کنندہ ٹیکس کے لیے اپنی سے زیادہ سے زیادہ کا دھماں حاصل کر جاتا ہے یعنی ٹیکس کی وضع قطع، سائز، رنگ، جمناخت، کھولنے کا طریقہ، استعمال میں سہولت، لیبل کے لیے اپنی وغیرہ کی مدد سے صارف کی توجہ ٹیکس شدہ شے کی جانب زیادہ سے زیادہ مبذول کرتا اور اپنے حریف کو مت دیتا ہے۔

ایک خاص مدت گزرنے کے بعد پیٹنگ میں کام آنے والی شے بہر حال بے کار ہو جاتی ہے جسے تیزاب استعمال کرنے کے بعد پیٹنگ میں کام

یہ کم از کم ایک پیشہ ضرور درج کی جائے۔

(iv) استعمال سے متعلقہ دہلیات — اگر ممکن ہو تو وارننگ بھی بشرطیکہ پروڈکٹ خطرناک قسم کا ہو۔ یہ باتیں عموماً لال رنگ سے چھاپی جاتی ہیں۔

(v) صنعت کار (Manufacturer) کی پیمائش — فریڈ مارک، نام، پتہ۔

(vi) کچھ چیزوں پر انھیں تیار کرنے کی تاریخ اور ان کے خراب ہونے کی تاریخ لکھنا بھی ضروری ہوتا ہے۔

(vii) کچھ کمپنیاں پروڈکٹ کی قیمت لکھ ضروری سمجھتی ہیں۔

لے آؤٹ ڈیزائن کے اصولوں کو پہلی نظر میں دکھائی دے جانے والے حصوں پر نافذ کرنا چاہیے۔ ایک ہی وقت میں اس سرٹی حصہ میں دو اطراف اور اوپر ہی سید دکھائی دے سکتی ہے۔

ایک دوسری قابل لحاظ چیز فریب نظر (Optical Illusion) ہے۔ صحیح سمتوں میں خطوط بنائے گئے کے خلاف اس میں عمودی یا افقی زور پیدا کیا جاسکتا ہے۔

کچھ صنعت کار ایسا بھی سوچتے ہیں کہ تیار شدہ چیزوں کے پارے سلسلے کے ڈیزائن میں کچھ باتیں مشترک ضرور ہونی چاہئیں اور یہ کہ انظر ابوی ٹیکسٹ کی علیحدہ علیحدہ پیمائش ہونی چاہیے۔ جہاں تک مارکیٹنگ کا تعلق ہے تو دونوں کی ہی اپنی اپنی فرمیں بھی ہیں اور خامیاں بھی۔ تاہم ڈیزائن کو منسوب کی جانب سے ہوشیار رہنا چاہیے تاکہ اگر ضروری ہو تو وضع قطع سے متعلق تبدیلیاں نہ نکلتے۔

● رنگ: ہمیشہ پر رنگے پینٹنگ کو جذاب نظر بنانے یعنی فیلٹ اپیل کے لیے رنگ کی بڑی اہمیت ہوتی ہے۔ ہلکے رنگ (Bright Colour) اپنی جانب زیادہ توجہ مبذول کرتے ہیں۔ زیادہ تر دم چٹیل کلر (Soft Pastel Colour) ایسے ہوتے ہیں جو صوفیانہ اور پراثر ہوتے ہیں۔ کچھ رنگ غور توں پر، تو کچھ مردوں پر اثر انداز ہوتے ہیں۔ اس لیے رنگوں کا انتخاب کرنے سے قبل اس پر غور کر لیا جائے کہ اس شے کو کون استعمال کرے گا۔ زیادہ تر مستورات ہی خرید لیا کرتی ہیں اس لیے ان کے پسند کے رنگ کو نوٹیت دی جانی چاہیے۔ کچھ رنگ ایسے ہوتے ہیں کہ اندرون روشنی (Indoor Light) میں بھی مدھلا جاتے ہیں جبکہ چند ایک اس وقت مدھلا جاتے ہیں جب پینٹنگ کو کھڑکیوں میں

ہیں ان میں مستطیل نما مٹی اور عمودی دھج راین ہوتی ہیں۔ سب سے اوپر کی طرف، عموماً ڈھکن ہوتا ہے۔ یہ سب سے آسانی سے تیار ہو جاتے ہیں اور سب سے مضبوط بھی رہتے ہیں اور بڑے کارکنوں میں اس خوبی سے سہا جاتے ہیں کہ ان میں (کارکنوں میں) ذرا سی بھی جگہ بے کار نہیں جاتی اور بڑی تعداد میں انھیں اوپر سے اوپر لے جایا بھی جاسکتا ہے۔

گول پینڈے والے چیز دھان میں مسلسل قسم کا گول عمودی پیش ہوتا ہے اور انھیں تیار کرنے کے لیے خصوصی مینوفیکچرنگ ٹیکنیکوں کا استعمال کرنا ہوتا ہے، ہشت پہلو اور شش پہلو (Octagonal اور Hexagonal) ٹیکنیک بھی بازار میں دکھائی دے جاتے ہیں مگر شہ و بناور۔

بکس (ڈبہ) کی وضع قطع اور سائز اس قسم کا ہو کہ اس میں پروڈکٹ بخوبی سہا جائے۔ اگر ضروری ہو تو ڈبہ میں رکھنے سے قبل پروڈکٹ کو کسی مناسب چیز سے تیار کردہ چیز دھان میں صحیح متعلقہ لٹریچر رکھا جائے۔ ڈھکن کھولنے اور بند کرنے کا کام سیدھا سادا ہو (جسیدہ ہو)۔

پہلے وہ اونچائی اور مٹی کی سائز پر مبنی ہونے کا تحت یا ٹیمپلڈ (Temple) تراشتا ہے اور اسے ڈیزائن کاری میں آسانی کے پیش نظر چپنا رہنے دیتا ہے۔

● لے آؤٹ (layout): ڈیزائن کی تفارہی سے متعلق سب سے اہم بات یہ ہے کہ اس میں جاذبیت قدر (Attraction Value) موجود ہونی ہی چاہیے۔ اس سے علاوہ اس پر ایک نگہ ڈالنے ہی یہ پتہ چل جائے کہ اس میں کیا چیز بیک کی گئی ہے (رنگ ممکن ہو تو اس چیز کے فائدے بھی معلوم ہو جائے چاہئیں)۔ چاہے یہ کچھ ہمیشہ پر آنکھوں کی سٹپر، آنکھوں کی سٹ سے اوپر یا پھر کبھی کی اونچائی پر رکھا ہو۔

ڈبہ پر عام طور پر جو اطلاعات فراہم کرانی جاتی ہیں وہ یہ ہیں:

(i) پروڈکٹ کا براڈ نام (Brand Name) — اسے، ترجیحاً تمام خطوں پر سب سے اونچا لکھنا چاہیے۔

(ii) تصویریں — اس میں پروڈکٹ اور اس سے متعلق یہ دکھایا جاسکتا ہے کہ وہ کیسے استعمال کیا جاتا ہے اور اس کے استعمال کرنے سے کیا کیا فائدے حاصل ہوتے ہیں۔

(iii) اجزاء ترکیبی، مقدار، کوالٹی، فوائد وغیرہ سے متعلق تفصیلی معلومات۔

(دھوپ میں لڑکھ کر کھا دیا جاتا ہے۔ بہر حال اس سے بچنا چاہیے۔)

مندرجہ ذیل حالات میں تبدیلی ضروری ہو جاتی ہے۔ اس کا تعلق بہر حال فروخت میں اضافہ سے ہوتا ہے۔

- جب کہ خریدوں کی پینلنگ کے ڈیزائن بہتر ہو گئے ہوں۔
- موجودہ ڈیزائن پرانا ہو گیا ہو۔
- مال اور ڈیزائن میں ٹیکنیکی ترقی کے سبب جمالیاتی اور معاشی طور پر بہتری لانے کے امکانات بڑھ گئے ہوں۔
- کبھی کسی دوسری کمپنی میں فہم ہو گئی ہو یا دیگر لوگوں کے ہاتھوں میں پھٹی گئی ہو۔ نئے منتسکین یہ سوچے ہوں کہ پینلنگ کے ڈیزائن کی تبدیلی سے ان کی شیعہ سدھر جائے گی، یا موجودہ بازار کو کچھ سے نہ جانے دینے اور خوردہ فروشوں، گاہکوں کو مائل خریدنے پر تیار کرنے میں ہونے والی پریشانی کم کرنے کے مد نظر یہ سوچ کر تبدیلی لانا چاہیے کہ نئی وضع قطع میں کچھ پرانی پیمان (رنگ، طاعت یا کچھ بنیادی نعش یا پرانی پینلنگ سے مشابہت) بھی برقرار رہے گی اور گاہکوں کو بھی زیادہ راضی کیا جاسکے گا۔ کیونکہ شکل و صورت اور نام میں بہت زیادہ تبدیلی لانے اور پھر اسے مقبول کرنے پر بھاری اخراجات برداشت کرنے پڑیں گے۔

لیبل (Label)

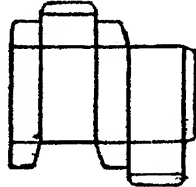
لیبل کا خاص کام پروڈکٹ سے متعلق معلومات پہنچانا ہوتا ہے اور یہ چیز (معلومات) پینلنگ کا ایک ضروری حصہ ہوتی ہے۔ اس کام کو انجام دینے کے لیے ٹگ (Tag) یا سٹیکر (Sticker) کا بھی استعمال کیا جاسکتا ہے۔ یا پھر یہ معلومات بذات خود چیز دان پر کندہ ہو سکتی ہے۔ مگر لا محالہ طور پر ایسا ہوتا ہے کہ صارفین اور ٹکنڈ گاہک جب اس کا قریب سے معائنہ کرتے ہیں تو یہ چیز مقبولیت میں اضافہ کا سبب بن جاتی ہے۔ ڈیزائن اس بات سے آگاہ ہوتا ہے اور وہ اسے خریدنے کی خواہش کو اجاگر کرنے والا اثر پیدا کرنے کی کوشش کرتا ہے۔ ذیل میں زیادہ تر لیبلوں سے متعلق مخصوص معلومات کا ذکر کیا گیا ہے:

(i) پروڈکٹ کا برانڈ نام (Brand Name of the Product)۔

(ii) ٹیکنیکی تفصیل — اجزاء کی ترکیب، ترکیب،



اور دوائیں طرف دکھانے کے ڈپ کے مقابلہ میں بائیں طرف دکھا ہوا ڈپ نسبتاً لمبا نظر آتا ہے۔ اس کی وجہ یہ ہے کہ عمودی اور افقی خطوط کا باعث قریب نظر پیدا ہو گیا ہے۔



اور D-3 ڈپ چپے ٹیمپلیٹ سے تیار کیا گیا ہے (نئے باکس بورڈ پر چھاپنے کے بعد ڈیج کر دیا گیا ہے اور اسے ڈپ کے قریب ہی دکھایا گیا ہے)۔ کچھ میں کام آنے والے مختلف قسم کے سامان کی تعداد میں ہمیشہ ہی اضافہ ہوتا رہتا ہے۔

کچھ ڈیزائن میں (ہونے والی) تبدیلی

(Change in Package Design)

کچھ ڈیزائن و کٹاؤ تقابلاً تبدیل ہو جانے والی چیز نہیں ہوتی لیکن

ہنے گی۔ لیکن ان کا ذخیرہ کرتے وقت ہوشیاری برتنے کی ضرورت ہوتی ہے کیونکہ زیادہ نمی سے لیبل خراب بھی ہو سکتے ہیں۔ کوالٹی پر تکیہ ہونے کے مطلوبہ نشانات پیدا کرنے کے لیے پیرگلس انک (SuperglossInks)، فوکل اسٹامپنگ (Foil Stampings)، بلائیٹک (Blind Stamping)، ڈائی کٹنگ (Dye Cutting)، خصوصی چمک دار اور ہائٹ شدہ کاغذوں (Textured Papers) پر انجمنوں میں چھاپی گئی ایک عام بات ہے۔ پرنٹنگ مشین پر داب کم کرنے کے لیے لیبلوں کو ایک ہی صفحہ پر بہت سی قدروں میں چھاپا جاتا ہے۔ اس کے لیے یا تو آرٹ ورک (Art Works) کی کسی یا کئی بار دہرایا جاتا ہے (یہ ترکیب عام طور پر لائن آرٹ کے لیے بروئے کار لائی جاتی ہے) یا پھر ایک لیبل کے بائیں آرٹ ورک (جس میں کثیر رنگ آرٹ موجود ہو) کو اتنی مرتبہ دہرایا جاتا ہے جتنی مرتبہ رنگوں کی علیحدگی کے لیے اسٹیپ اینڈ ریپیٹ مشین (Step and Repeat Machine) استعمال کرنے کے لیے کام میں آنے والے فرمے (Forme) درکار ہوں۔ پرنٹنگ پریسیس کا دار و مدار مطلوبہ پرنٹنگ کی مقدار اور ماپیت (Quantity and Quality) پر ہوتا ہے۔ لیبل ایسے کاغذ پر بھی چھاپے جاتے ہیں جن پر:

(a) حر موپلاسٹ ایلی میز (Thermoplast Adhesives) چڑھے ہوں۔ صرف پشت پر سے ایک مرتبہ گرم کر دینے پر چپکنے والی شے (Adhesives) شکل سے چپک جاتی ہو۔

(b) داب حساس ایلی میز (Pressure Sensitive Adhesives) بھی موجود ہوتے ہیں۔ جب لیبل چسپاں کرنا ہوتا ہے تو حتمی لینینٹ (Protective Laminates) اتار دیا جاتا ہے۔ لیبلوں میں تبدیلی لاتا خطرناک ہوتا ہے کیونکہ صدیق میں اس قسم کی تبدیلیوں سے غاوش گواہی پیدا ہو جاتی ہے۔ اگر ضروری ہو جائے تو یہ کام درمیان میں سطحوں کے ذریعہ انجام دیا جائے اور ایک دم یا شدید قسم کی تبدیلیاں کرنے سے اجتناب کیا جائے۔

(iii) مقدار — وزن کے حساب سے، حجم کے حساب سے یا قدروں کے حساب سے۔

(iv) معنی خیز نشان یا علامت (Signature or Logo) — فروخت کرنے والے کا فریڈ نام، فریڈ مارک اور پتہ۔

(v) دوا ساز سے متعلق (Pharmaceutical) لیبلوں پر اکثر یہ بھی درج ہوتا ہے۔ علامات برائے استعمال، ہدایات برائے استعمال، خوراک اور فائدے۔ دوا استعمال کرنے والے یہ باتیں جانتا چاہے ہیں۔

(vi) اگر کچھ اشیا زہریلی ہوں یا اس کے استعمال سے بعد میں کچھ خطرناک اثرات مرتب ہو سکتے ہوں تو قانون کی رو سے وارننگ درج کرنا بھی ضروری ہے۔

(vii) اگر پینٹنگ میں خوردنی اشیا یا مشروبات ہوں تو لیبل پر انھیں محفوظ رکھنے میں کام آنے والی اشیا (Preservatives) اور خوشبو پیدا کرنے والی اشیا کا نام لکھنا بھی ضروری ہوتا ہے۔

چھوٹے لیبلوں کے لیے لیبل (Label) چھوٹے سائز کا ایک گرافک ڈیزائن ہوتا ہے۔ ٹائپ چھوٹی ہوتی ہے۔ ایسی مہین ٹائپ سسٹمز (Sans - serifs) (کہ جن کے فیس کیلے Open Faces) ہوں اور جو آسانی سے پڑے اور دلدادہ دے سکیں۔ چھوٹی سی جگہ میں سمجھ دینے والے ہوں اور جس میں تصاویر اور حقیقتات چھوٹے سائز کی ہوں۔ سرفیس (Surfaces) کے گرد لیبل کے سرئی حصہ (Visible Part) سے حد بندی کر دی جاتی ہے۔ اس قسم کے رنگ استعمال کیے جاتے ہیں جن سے معلومات میں کنٹراسٹ (Contrast) بھی پیدا ہو جائے اور توجہ اور اثر بھی۔

زیادہ تر لیبل کر دو حصوں (Chromo Paper) پر چھاپے جاتے ہیں، کوئیڈ سائڈ (Coated Side) ہالٹ نوں میں بھی پرنٹ ہوگی اور غیر کوئیڈ (Uncoated) سائڈ پر ایلی میز (Adhesive) لگایا جائے گا۔ پہلے سے ہی گوند لگے لیبلوں کے استعمال سے لیبل چسپاں کرنے کے میکانیکی پریسیس کی کارکردگی بڑھ جائے گی (چسپاں کرنے کے لیے صرف پانی کی ہی ضرورت

ٹریڈ مارک (Trade Mark)



ہائیں سے دائیں ڈرائنگ سے ٹریڈ مارک کی دیگر کاتصین ہوتا ہے۔ سوڈوگرام (ایک دوسرے میں پیوست حروف
(Interlaced Letters)، کوٹ آف آرمس (Coat of Arms)، واٹر مارک (Water Mark) اور کھینی کے
ابتدائی حروف C اور M سے ہمہ دکھایا گیا ہے۔

طویل مدتی ڈیزائن (Long Term Design)

جسے صنعت کار (Manufacturer) پروڈکٹ کو فروخت کرنے کے لیے
استعمال کرتا ہے۔ جیسے ایسٹن ٹائل سٹیل سائیکل ایسٹن (Acetyl Salicylic Acid)
کے لیے "اسپرڈ" (ASPRO)، ہائڈرو جینٹل سوک پمپ کی تیل
(Hydrogenated Groundnut Oil) کے لیے "ڈالڈا" (DALDA)
وغیرہ۔ براڈ نیم توہماری نام کے استعمال سے براڈ نیم کسی خاص جنس سے
موسم (Generic) نہیں ہوتا جیسے کہ سیلفون اور قمر (Cellophane
and Thermos) ہو گئے جو اصل میں براڈ نام (Brand Names) تھے۔
ٹریڈ نیم توہماری نام (Trade Name): توہماری نام کا تعلق کسی کھینی سے
ہوتا ہے۔ براڈ نیم کسی ٹریڈ نیم سے بھی نکل سکتا ہے جیسے سہارول
(Cibazol)، گودرے (Godrej) وغیرہ۔

لوگو ٹائپ (Logotype): یہ ٹاپ یا دھڑکی ڈرائنگ سے بنے ہوئے الفاظ
ہوتے ہیں جو کسی پروڈکٹ یا کھینی کے لیے تشکیل دیے جاتے ہیں۔ انھیں اسی
ڈیزائن میں استعمال کیا جاتا ہے جیسے سائزنگ بھی ہو۔

ٹریڈ مارک (Trade Mark): یہ کسی کھینی یا پروڈکٹ کو انفرادیت عطا
کرنے کی ترکیب ہے۔ یہ کسی لفظ، نام یا تصویر کی علامت یا دونوں کا مجموعہ
ہوتا ہے۔

نشان علامت یا ہمہ کے نشان (Emblem or Insignia): بھری
ترکیب (Visual Device) یعنی ٹریڈ مارک کی کسی ایک قسم کو دیا جانے والا
نام ہوتا ہے۔ غیر منافع بخش تنظیم (Non-profit Organisation) ایڈ

مقصد فروخت کے حصول کے لیے اشتہاری مہم کے دوران
زیادہ تر اخراجات اور میگزین کے اشتہارات سے مام پر سب سے زیادہ اثرات
مرتب ہوتے ہیں۔ مگر رفتہ رفتہ یہ اثرات ختم ہوتے چلے جاتے ہیں۔ حتیٰ کہ
مگر دوبارہ نئی مہم شروع کی جاتی ہے اور مگر از سر نو اثرات مرتب ہوتے ہیں۔
اپنے حوالہ جاتی سولہ کی وجہ سے کچھ کتابچوں اور نوٹروں کو نسبتاً کچھ زیادہ
عرصہ تک کام میں لایا جاسکتا ہے مگر ڈیزائن کے کچھ علاقے ایسے بھی ہوتے
ہیں جو مشتری کی بہت لمبے عرصہ تک اور مستحکم انداز میں خدمات انجام دیتے
رہتے ہیں جیسے کہ ٹریڈ مارک، بک جیکٹ، ریکارڈز (Record Covers)،
لیبلز، لیٹل (Labels) وغیرہ ان تمام میں ٹریڈ مارک خصوصی توجہ کا
طالب ہوتا ہے کیونکہ اس میں پیغام کے عمومی عناصر تو موجود نہیں ہوتے مگر
اس کے باوجود بھی یہ اشیاء کو انسانی کے ساتھ ساتھ اس کی پہچان کا پیغام اجاگر
کرتا ہے۔ آئیے اس ضمن میں استعمال کی جانے والی کچھ تعریفوں کی جانچ
پڑتال کر لیں۔

علامت (Symbol): یہ ایک تجزیہ کی تصویر یا شکل (Abstract
Illustration) ہوتی ہے جو کسی حرکت (جیسا کہ (Crosa)،
جھنڈے وغیرہ) یا کسی عقیم (الفاظ اور حروف جمعی شامل ہیں جیسے
A.I.F.M.P., UNESCO) وغیرہ کو ظاہر کرتی ہے۔
براڈ نیم (Brand Name): براڈ نیم کسی پروڈکٹ یا توہماری نام ہوتا ہے

پہچان کے لیے اس علامت کو استعمال کرتی ہے۔

فریڈ کیریکٹر (Trade Characters): یہ جانوروں، انسانوں، پرندوں اور دیگر جانداروں کی شکل والی ایسی علامتیں ہوتی ہیں جو کبھی یا پروڈکٹ سے منسلک کی جاتی ہیں۔ جیسے ایئر لائن کے لیے مہاراجہ (علامت)۔ یہ یادداشت پر بھر طور پر اثر انداز ہوتی ہیں اور اس طرح شہر کے لیے ایک طرح کے دستخط بھی کارکردار ادا کرتی ہیں۔

واٹر مارک (Water Mark): یہ ایسا نشان ہوتا ہے جسے کاغذ کے صنعت کار اپنے تیار ہل کی پہچان کرنے کے لیے استعمال کرتے ہیں۔

تصدیق مارک (Certification Mark): تصدیق مارک (Approval Seal) دلی تریب کسی تنظیم کے ذریعہ استعمال کی جاتی ہے۔ اس سے پروڈکٹ کی پیندیگی کا اظہار ہوتا ہے جیسے آگ مارک (Agmark)، ISI مارک وغیرہ۔

کوٹ آف آرمز (Coat of Arms): اس کا تعلق راجاؤں، مہاراجاؤں کے زمانہ سے تھا۔ اس سے شان و شوکت اور اقتدار کا اظہار ہوتا ہے۔ یہ ان کے گھرانے اور شاہی سلسلے کی علامت ہوتی تھی۔

فریڈ مارک کے فائدے

(Advantages of a Trade Mark)

ذکرہ بالا نشانات/علامات کے استعمال سے مندرجہ ذیل فائدے ہوتے ہیں:

(1) اس سے یہ پتہ چلتا ہے کہ تیار شدہ اشیاء واقعی اصل گھرانے سے تعلق رکھتی ہیں جس کی علامت ان پر ثبت ہے۔

(2) خریدنے والے کو یہ یقین دہانی ہو جاتی ہے کہ پروڈکٹ اور اس کی کوٹنگ میں ہم آہنگی ہوگی۔

(3) ٹریڈ مارک سے مالک کا ایڈورٹائزمنٹ ہوتا ہے اور خریدنے والا اس سے کوئی بھی منسلک سمجھتا ہے۔

ہم فریڈ مارک کا مطالعہ کریں گے جو کم دیکھیں تمام دیگر علامات کے مطالعہ کی بنیاد قرار دیا جاسکتا ہے۔ بنیادی طور پر فریڈ مارک ایک پہچان کی نشانی ہوتا ہے اور کبھی کے ہاؤس پروگرام (House Programme) میں ایک

بہت اہم مقام حاصل ہوتا ہے۔

اس کے لیے ایک خاص نام رہنا چاہیے۔ مگر کون سا نام؟ ذیل میں چند سوالات سے اس کا جواب مل جائے گا:

— یہ (نام) کس کو یاد دلائے گا؟

— کیا اس نے اپنی انفرادیت حاصل کر لی ہے یا دیگر پروڈکٹ یا کبھی کی یاد دلاتا ہے؟

— اس نام کا تلفظ آسان ہے یا مشکل؟

— علامت کے بعد یہ کیسا نظر آتا ہے؟

— کیا اس کا کردار انفرادی ہے؟

— کیا سیاری ٹائپ فیس سے کام چل جائے گا یا اس کے لیے خصوصی لٹراسٹائل یا لوگو ٹائپ کی ضرورت درپیش آئے گی؟

— کیا لوگو ٹائپ میں کافی وزن (ڈیوٹی) موجود ہے یا کیا اسے تصویر مرکزی خیال (Pictorial Motif) کی شراکت داری درکار ہوگی؟

— کیا تصویر مرکزی خیال ٹائپ کرانی سے ہم آہنگ ہو جاتا ہے؟

ذکرہ بالا بحث و مباحث کا نتیجہ یہ نکالے کہ یا تو لوگو ٹائپ یا علامت یا دونوں کا مجموعہ مطلوب ہو تا ہے۔ علامات (Symbols) الفاظ سے زیادہ بولتی ہیں، غلط تفسیر (Misinterpretation) کی طرف کم مائل اور بریا ہوتی ہیں۔

محدہ فریڈ مارک ڈیزائن کی خصوصیات

(Qualities of a Good Trade Mark Design)

(1) اس سلسلہ میں سب سے اہم نکتہ جو ذہن نشین رکھنا چاہیے وہ یہ ہے کہ ڈیزائن پر جب بھی نگاہ پڑے تب ہی کبھی یا پروڈکٹ کی شبیہ نظروں کے سامنے آجائے۔ یہ ایسا ہو کہ حوام اس سے آگاہ جاسکیں۔ ڈیزائن کی تبدیلی کے لیے اس کو فروغ دینے والی کوششیں کرنی پڑتی ہیں اور اس کے لیے بہت زیادہ رقم (خرچہ کرنے) کی ضرورت ہوتی ہے۔

(2) اس سے نہایت قوی انفرادی پہچان اجاگر ہونی چاہیے تاکہ ناظرین کے ذہنوں میں کسی قسم کی غلط فہمی پیدا نہ ہونے پائے۔

(Old Time Motif) کی بنیاد تقویت کا باعث (بھی) ہے۔

- رنگ: ڈیزائن میں جوں جوں رنگوں کی تعداد بڑھتی جاتی ہے دینے دینے طہاعت پر آنے والی لاگت میں اضافہ ہوتا ہے۔ ایک رنگ والے ڈیزائن مثالی ہوتے ہیں، یعنی طہاعت کرانے پر سب سے سستے اور عموماً زیادہ شیخ (Punch) والے ہوتے ہیں۔ اکثر کوئی کینفی ایک سے زیادہ رنگوں والے فریڈ مارک کے علاوہ خط و کتابت میں ایک رنگ فریڈ مارک استعمال کرتی ہے۔

- لفظ اور علامت (Word and Symbol) کی ملی جلی شکل زیادہ متاثر کن ہوتی ہے کیونکہ دیکھنے والے کو زیادہ مکمل تصور کا احساس ہوتا ہے۔ لیکن جگہ کی کمی کے باعث صرف مرئی علامت (Visual Device) استعمال کیا جاسکتا ہے۔

- یہ ایک ایسی امر مرنی آلہ ہے جسے کینفی مراحل میں استعمال کیا جاتا ہے اس لیے ڈیزائنر اور گاہک کے درمیان فریڈ مارک سے متعلق سوچی سمجھا کرنے میں (اکثر) کسی کی کمی ہوا کرتی ہے اور پھر کہیں جاکر اس ضمن میں فیصلہ ہوتا ہے۔ دسیوں اسکیٹچیں (Sketches) بھیجے جاتے ہیں۔ پہلی ملاقات میں صرف اجرائے تراکیبی (Compositions) پر اتفاق ہوتا ہے۔ پھر الفاظ اور علامت میں تبدیلیاں کی جاتی ہیں۔ اس ضمن میں سلاوکی، پیمان اور کیریکٹر کو نمایاں خودغلا (Salient Features) قرار دیا جاسکتا ہے۔ آخری پسند کو کھاتہ امتیاز سے تیار کیا جاتا ہے۔ اس کے بعد درجی پر دوڑکن میں وضاحت اور دیکھنے پر خوشنما لکھنے والے فریڈ مارک کے لیے اس کے چھوٹے بڑے سائز کو چیک کرتا ہوتا ہے۔ اس طرح چھان بین کے دوران کچھ تبدیلیاں اور تفرقات کیے جاسکتے ہیں، اس کے بعد مرقع ناگزرد کے پس منظر میں ماسٹر ڈیزائن تیار کیا جاتا ہے تاکہ ڈیزائن کے مختلف اجزاء ترکیبی میں نسبتوں کا پتہ چل جائے۔ پھر اس کی ایک کاپی بطور نقل (Copy) کینفی کے مشترک پیمان پر درگم (Corporate Identity Programme) کے طور پر طبع کرائی جاتی ہے۔

(3) کینفی کی خواہش یہ ہوتی ہے کہ شہرت اور دنیاویات پیدا کیے جائیں۔ اس فریڈ مارک ڈیزائن سے یہ کام ہو جاتا ہے اور اسے یاد رکھنا بھی آسان ہے۔

(4) فریڈ مارک ڈیزائن، مگر ہر ایک بصری ذرائع ابلاغ میں موجود پیغام سے منسلک رہتا ہے۔ اس کے علاوہ پیکنگ، لیبل (Labels)، بذات خود پروڈکٹ پر، فرکوں اور بلڈنگوں وغیرہ پر بھی دکھائی دے جاتا ہے۔ اسے ان اندر راہات (Items) کی تیاری میں طوٹ قواعد کی جمالیات سے میل بھی کھانا چاہیے۔ اس میں پرنٹ ہونے، کندہ ہونے یا مینوفیکچر (Manufacture) ہونے کی اہلیت ہونی چاہیے۔

- (5) یہ بہت چھوٹے سائز میں بھی ظاہر کیا جاسکتا ہے اور بہت بڑے سائز میں بھی۔ اسے پورے سلسلہ (Range) میں مروج کن دکھائی دینا چاہیے اور جب اسے چھوٹا کیا جائے تو اس کا کوئی حصہ بھی ٹوٹ نہ جاتا چاہیے اور جب اسے چھایا جائے تو اس کے پٹے (Counters) بھر جانے چاہئیں۔
- (6) ڈیزائن کو کینفی کے معنی خیر نشان (دستخط) کی طرح کام کرتا ہے۔ ڈیزائن سے کوئی، خدمت، اتھارہ کے تصورات وابستہ ہوتے ہیں۔ ڈیزائن کو اس قسم کی خصوصیات کا محاسن ہو نا چاہیے جیسے معقول اور خوش نما لیکن چھوٹے سے چھوٹا اور بلاوجہ کے خطوط و نشان سے پاک ہو۔
- (7) اس میں وسیع اور سلیس قومی کی اہلیت موجود ہونی چاہیے۔

ڈیزائن کا رندرنگ (Rendering the Design)

کم از کم نام کی جانچ کرنی جائے کہیں ایسا تو نہیں کہ یہ نام کسی اور نے بھی اس سے قبل رجسٹر کر دیا ہو۔ محفوظ طریقہ یہ ہے کہ فریڈ مارک ایسے سائز میں تیار کیا جائے جس میں وہ زیادہ سے زیادہ مرتبہ لوگوں کے سامنے آتا ہو۔ اس لیے مناسب موٹائی کے میٹر لائن اسٹروکس (Hairline) سے کام لیتا چاہیے اور اس کے لیے کافی مناسبت والے نگیٹو اسپیس (Negative Spaces) مہیا کرانے جاتے ہیں۔

(8) بہتر یہ ہے کہ مشٹوں، دائروں، مربوں والی وضع قطع کے فارمولوں سے اجتناب کیا جائے۔ غیر معمولی شکل کا اثر زیادہ ہوتا ہے اور اسے یاد رکھنا بھی آسان ہوتا ہے۔ کچھ معاملات میں پرانے دھا

ٹریڈ مارک کے ڈیزائن میں تبدیلی (کرنا)

(Change in the Design of a Trade Mark)

یہ کام صرف اور صرف اس وقت کیا جاتا ہے جب کبھی کامیابی سے اسے مطلق طور پر ضروری سمجھے۔ جیسا کہ پہلے بتایا جا چکا ہے کہ یہ ایک برٹک معاملہ ہوتا ہے۔ یہ بہت کم تدریجی انداز میں اس طرح انجام دینا چاہیے کہ عوام بمشکل قیام ہی اس سے واقف ہو پائیں۔ لہذا اگر بہت بڑی تبدیلی کر دی جائے تو غیر یقینی حالات پیدا ہو جاتے ہیں جس سے لوگوں کا اعتماد اٹھ سکتا ہے۔ اس بے اعتمادی کو دور کرنے کے لیے نئے سرے سے خدمت انجام دینے کے لیے کام کرنا ضروری ہو جاتا ہے۔

ریکارڈ کور (جیکٹس) (Record Covers (Jackets))

ریکارڈ جیکٹ کا خاص مقصد حفاظت ہوتا ہے کیونکہ گراموفون ریکارڈ پر ہتھکڑیاں یا تالیاں (Grooves) بنی ہوتی ہیں۔ اگر ریکارڈ کسی نوک دار یا تیز دھار والی شے سے ٹکرا جائے یا پھر ایک ریکارڈ کسی دوسرے ریکارڈ سے مسلسل ٹکراتا رہے تو بھی یہ تالیاں چلہ سکتی ہیں۔ اس کو رکے دونوں جانب مرلحہ لاسٹک پر ریکارڈ کی تفصیل لکھی جاتی ہے۔ کیونکہ ریکارڈ کی دکان (Record Shop) پر مرلحہ توجہ (Visual Attention) مبذول ہونے کے امکانات ہوتے ہیں — چاہے یہ ریکارڈ ایلامیوں میں رکھے ہوں یا کڑکیوں میں — اس لیے ڈیزائنر کا مقصد ریکارڈ کی فروخت کے لیے مرلحہ توجہ (Visual Persuasion) ہوتا ہے۔ نہ صرف کوزی خوبصورتی کے باعث ریکارڈ خرید لیا جاتا ہے بلکہ اس سے خوش گوشت پیدا ہونے کے امکانات بھی بڑھ جاتے ہیں اور قاری خوش خوشی گانے والوں، موسیقار اور سازندوں کے بارے میں پوچھا جاتا ہے۔

سائز (Sizes): جس سائز میں ریکارڈ تیار کیے جاتے ہیں انھیں مناسبت سے ریکارڈ جیکٹوں کے بھی دو مقبول سائز ہوتے ہیں:

(i) لمبے لمبے ایپ ریکارڈ (Long Playing Records) کے لیے

(318 mm x 311 mm (12 1/2" x 12 1/4") (LP کے لیے)

(ii) چوکور ایپ ریکارڈ (EP کے لیے)

(184 mm x 184 mm (7 1/4" x 7 1/4") (EP کے لیے)

رجسٹریشن (Registration)



ایئر ایڈیا کا مہاراجہ

ایئر بین پیٹ کا نو

(1) دو مشہور تجارتی ٹیکسٹریس

(2) خصوصاً نمائشوں، بین الاقوامی موقعوں یا ساگر ہوں کے نشانوں (Emblems) کی تخلیق کے لیے ڈیزائن کے عناصر و کار ہوتے ہیں۔ بھلے یہ نشانیں قبل مدت کے لیے ہی استعمال میں کیوں نہ آتی ہوں۔

نریڈ مارک کا مالک اسے کاپی رائٹ بورڈ، محکمہ تعلیم (Department of Education)، نئی دہلی، میں رجسٹر کر سکتا ہے۔ ان کی منظوری کا مطلب ہے کہ آئندہ اس نریڈ مارک کو قانونی طور پر کسی دوسرے شخص کو استعمال کرنے کی اجازت نہیں دی جائے گی اور اگر کوئی شخص ایسا کرتا ہے تو اس نریڈ مارک کے مالک کی خواہش پر اس شخص کو قانونی طور پر سزا دی جاسکتی ہے۔ اگر R پر ایک دائرہ لکھا گیا ہے (®) بنا دیا جائے تو اس کا مطلب ہے کہ نریڈ مارک رجسٹر کر لیا گیا ہے۔

کھٹنا کامیاب (How Successful)

کسی نریڈ مارک کی کامیابی کا دار و مدار اس بات پر ہوتا ہے کہ اسے کس قدر استعمال کیا جاتا ہے اور یہ کبھی کواہلی پروڈکٹ تیار کر کے اس نریڈ مارک کی شہرت کو کیسے چار چاند لگاتی ہے، مقبول قیمت پالیسی کیسے (Reasonable Pricing Policy) اختیار کرتی اور اثر آفرینی خدمت (Efficient Service) وغیرہ کس طرح سمجھاتی ہے؟

کاغذ نظر آتے ہیں: کثیر رنگی: جماعت کے لیے کوئی اسٹاک (Colored Stocks) اور کافی پچنے کو بچہ جو لپڑے پس کے ذریعہ ہاف نوں پر جنگ بخوبی قبول کر لیتے ہیں۔

ہاتھ سے تیار شدہ کاغذ دیکھنے میں بہتر ہوتے ہیں مگر مہنگے ہونے کے سبب انھیں استعمال نہیں کیا جاتا۔

سرٹیفکیٹ (Certificates)

سرٹیفکیٹ ایک ایسا تحریری بیان (دستاویز) ہے جسے کسی حیثیت، اہلیت، مراعات، وغیرہ کی صداقت کا ثبوت یا سند قرار دیا جاسکتا ہے۔ اس قسم کے دستاویز کی داخلی اہمیت ٹھکانہ (Authorative)، معتبر (Authentic)، اور باوقار (Dignified) جیسی خوبیوں سے سرفراز کرتا ہے۔ اسے جاری کرنے والے ذی اقتدار شخص کی پہچان کا حامل ہونا چاہیے۔ مزید یہ کہ زمانہ کی تباہی و بربادی سے محفوظ رکھنے کے لیے اسے بہترین ریگ کٹیف کاغذ (Rag Content Paper) پر طبع کر لیا جاتا ہے۔

تھم کوور و قاریہ کرنے والے ڈیزائن کے لیے تائید گرائی اور پینڈ لیٹرنگ (Hand Lettering)، رنگوں کے استعمال میں پابندیوں، اور جاری کرنے والے ذی اقتدار شخص کی پہچان (Emblem) سے کام لیا جاتا ہے۔ مناسب انداز میں ہارڈر بنانے سے خوبصورتی میں اضافہ ہوتا ہے تاہم چاروں طرف مناسب چوڑائی والا سفید حاشیہ ضرور چھوڑ دینا چاہیے کیونکہ حاصل کرنے والے لوگ اکثر اسے فریم کرنے کے بعد اپنے آفس یا گھر میں لٹکے لیتے ہیں، ماسٹر ہیڈ کے علاوہ وصول کنندہ کے نام کے لیے کافی جگہ چھوڑنی چاہیے اور جاری کرنے والے ذی اقتدار شخص کے دستخط اور مہر دونوں نمایاں طور پر نظر آنے چاہئیں۔ سائز اپنی پسند سے مقرر کیا جاسکتا ہے۔

اجزائے ترکیبی (جزائے کے عناصر) (Composition Elements of Design): ریکارڈنگ یا تو کلاسیک میزک پر مبنی ہوتی ہے یا پھر اس میں 2 1/2 منٹ کے گانے، سائز یا کچھ بچے میزک موجود ہوتے ہیں۔ کبھی کبھی اس میں کوئی اہم تقریر یا ڈرامہ بھی ریکارڈ ہوتا ہے۔ سامنے کی طرف عام طور پر موضوع کا عنوان (Title of the Theme) یا پیش کرنے والے کا نام لکھا ہوا ہوتا ہے۔ میزک کے موضوع پیش کرنے والے شخص کی ذرا لائی تصویر مختلف رنگوں سے دکھائی جاتی ہے جس سے اس کے مختلف مزاجوں (Moods) کی عکاسی ہوتی ہے۔ کبھی کارٹون یا رنگ آمیزی کے گانے میں ماحول ہوتا ہے۔ الٹی جانب (Backside) پچھلے پر میزک کے موضوع (Subject) کا تعارف موجود ہوتا ہے، اس کے علاوہ مصنف یا شاعر کا نام، گانوں کے مثنویات، سماج و دینے والوں کے نام اور ریکارڈنگ کی کارٹون یا رنگ آمیزی اور ڈسک کوڈ نمبر بھی ہوتا ہے۔

ڈیزائن: ریکارڈنگ کی ڈیزائن کاری کا حقیقی پہلو اس بات پر زور دیتا ہے کہ اس پر طبع ہونے والی تصاویر میزک کے ماحول کے مناسب ہوں یعنی جاذب نظر، ذرا لائی، سننے والے اور ریکارڈ حاصل کرنے کی خواہش پیدا کرنے والی ہوں۔ یہ بات ان فٹیل نگاروں کے لیے ایک چیلنج ہے جو مختلف وسیلوں، ٹیکنیکوں اور اسٹائلوں کو بروئے کار کر اس قسم کے ریکارڈنگ کیفیت بناتے ہیں۔ اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ اپنی بات پر اثر بنانے کے لیے مہیا کیے جانے والے فوٹو گرافس اور کراپنگ (Cropping) کو استعمال کرنے کے علاوہ اور کوئی چارہ نظر نہیں آتا، مثنویات کی حرف سازی (Lettering) سے موسیقی، اسٹاک اور صداقت میں کافی امکانات روشن ہوتے ہیں، ڈیزائن کی اثر اندازی کا زیادہ تر انھما کاغذ کی کوالٹی پر ہوتا ہے۔ مارکیٹ میں مقابلہ آرائی کی وجہ سے زیادہ تر دو طرح کے

کتاب کا ڈیزائن (Book Design)

صفائی اعتبار سے ذیل میں اس طرح بیان کیا جاسکتا ہے:

(i) ہالف ٹائٹل (Half Title): صرف کتاب کے ٹائٹل کے لیے 12 پانچٹ 14 پانچٹ کی ٹائپ۔ سطر 1 ہمیشہ راست (Recto) ہوتا ہے۔

(ii) فرانت پیس (Frontispiece): کسی آرٹ بک میں اینڈک آرٹ پلیٹ (Leading Art Plate) کو اس صفحہ پر چمکایا جاتا ہے (Tipp) کر لایا جاتا ہے تاکہ یہ سامنے کے ٹائٹل کے صفحہ کے لیے سہولت آرائش بن جائے۔

(iii) ٹائٹل کا صفحہ (Title Page): اس صفحہ پر مصنف کا نام، پبلشر کا نام اور نشان (Emblem)، کبھی کبھی تصاویر یا قیثیات اور آرٹسٹ کا نام بھی لکھا جاتا ہے۔

(iv) امپرنٹ پیج (Imprint Page): طابع اور ناشر (Printer and Publisher) کا تعارف (قانون کے مطابق ضروری)، طباعت کا سال، کاپی رائٹ کا اعلان (Declaration of Copyright)، ایڈیشن یا دوبارہ اشاعت کرنے پر کاپیوں کی تعداد سال وغیرہ درج ہوتا ہے۔

(v) صفحہ انساب (Page for Dedication): مصنف کو اپنے احساسات کی عکاسی کا حق حاصل ہے اور وہ اس صفحہ پر انساب تحریر کر سکتا ہے۔ ضروری نہیں کہ ہر کتاب میں یہ صفحہ موجود ہو۔

(vi) گورڈر صفحہ (Blank Page): کتاب کا بائیں طرف والا صفحہ ہونے کے سبب یہ گورڈر ہوتا ہے۔ درودی کتاب میں اس کے برعکس۔

(vii) پیش لفظ یا پبلشر کا نوٹ (Preface or Publisher's Note): مصنف کے علاوہ کسی اور شخص کے ذریعہ مصنف اور موضوع کا تعارف۔

(viii) تعارف یا ہدایہ (Introduction or Foreword): اس صفحہ پر مصنف یا ایڈیٹر کتاب کے موضوع کا تعارف کرتا ہے۔

(ix) اظہار تشکر (Acknowledgement): اس صفحہ پر مصنف (پبلشر) کی

مصنف کی اپنے قارئین سے گفتگو کو کتاب سے موسوم کیا جاتا ہے۔ ابتدائی کاپی (چاہے ہاتھ سے لکھی ہوئی ہو یا ٹائپ شدہ) کو مسودہ (Manuscript) کہتے ہیں۔ اس میں تصاویر وغیرہ بھی ہو سکتی ہیں۔ ذرائع ابلاغ (Mass Communication) کے لیے مسودہ کی مطلوبہ کاریاں بنائی جاتی ہیں اور پھر ان پر مضبوط کور (Cover) چڑھا دیا جاتا ہے تاکہ استعمال کرتے وقت پھٹنے نہ پائیں اور ہر طرح سے محفوظ رہیں۔

کتاب کا ڈیزائن ایسا ہو کہ اسے دیکھ کر اس میں موجود لوہی مولوی اہمیت اچانک ہو جائے اور روٹی سے چڑنے میں تعامل آسانی (Functional Ease) ہو۔ یہ بات اس وقت اور بھی ضروری ہو جاتی ہے جب چھاپتی مقابلہ آرائی (Commercial Competition) کے علاوہ مختلف ذرائع ابلاغ سے بھی آئی پر چاروں طرف سے ترسیلات (خیالات) کی بھاری بوری ہو۔ ڈیزائن کو مصنف کے معیار کے مطابق کام انجام دینا چاہیے اور پھر اس کے صفحت کو سرئی احساس (Visual Feeling)، مواد اور نفاذ سے مزین کرنا اور بہترین جگہ کتاب بنا کر پیش کرنے کی کوشش کرنی چاہیے۔ خالی جگہ کے مناسب استعمال، ٹائپو گرافی اور تصاویر نیز کاغذ کے انتخاب پر دیکھ کر اور چلہ بندی کے سامان میں بہترین ہم آہنگی پیدا کرنے سے ڈیزائنر کی صلاحیت کی عکاسی ہوتی ہے۔ قاری کی شاعرانہ ہادیکوں کو سمجھ کر مصنف اور اس کی تصنیف سے لطف اندوز ہونے والوں کے مابین ہم آہنگی پیدا کرنے کی کوشش بھی کرنی چاہیے۔

کتاب کے (حلقے) (Parts of a Book)

کتاب کے ڈیزائن کو مندرجہ ذیل ایسے حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے جن میں رہا اور ہم آہنگی موجود ہو:

اصل کتاب کو تین حصوں میں تقسیم کیا جاسکتا ہے:

(i) ابتدائی صفحات کتاب کے شروع کے صفحات ہوتے ہیں۔ یہ اصل موضوع کے پیش روئی حیثیت رکھتے ہیں۔ ان کے اہمیات (Contents) کو

ہے اور باب اول کے سامنے کی پلٹ ہو تا ہے۔ باب اول دینی جانب سے شروع ہوتا ہے۔ یہ انگریزی یا دوسری یورپی زبانوں کی کتابوں کے لیے مخصوص ہے۔ اردو یا دوسری زبانوں جو اپنی طرف سے کسی خاص جہات میں کتابوں میں باب اول یا پہلی جانب سے شروع ہوتا ہے۔

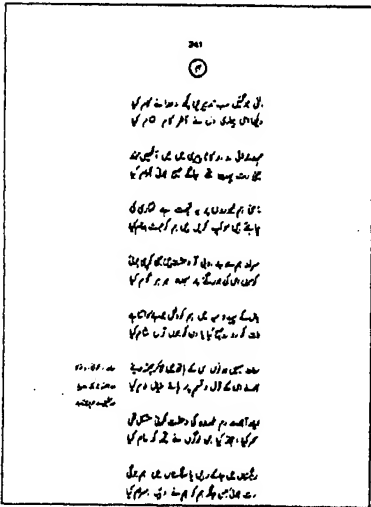
(نوٹ): یہ ضروری نہیں کہ تمام کتابوں میں مذکورہ بالا ابتدائی صفحات موجود ہوں۔ چند کتابوں میں دو صفحات پر سیدھا مائیکل جی بھی کافی کامیاب ثابت ہوا ہے۔ پر فرس جس کو بھی اس جگہ منتقل کر دیا جاتا ہے جہاں یہ زیادہ اثر آخری نظر آتا ہے اور اس سے ابتدائی صفحات کی ترتیب زیادہ با معنی ہو جاتی ہے۔ ستارہ بردار نشانات عام طور پر مقصور راست (Rectos) پر ظاہر کیے جاتے ہیں۔

جانب سے ان لوگوں کا شکریہ ادا کیا جاتا ہے جن لوگوں نے کتاب لکھنے میں مدد کی ہے۔ اس صفحہ پر عام طور سے ”میں ان تمام حضرات کا بے حد ممنون ہوں۔۔۔۔۔۔۔۔۔۔“ قسم کے الفاظ سے ابتدا کی جاتی ہے۔

(x) فہرست مضامین اور فہرست قشائیات (تصادی): بڑی کتابوں میں اس کام کے لیے ایک سے زیادہ صفحات بھی کام میں آسکتے ہیں۔

(x) گورا (Blank): کتاب کا بائیں جانب والا صفحہ (Verso) ہونے کے سبب اردو کی کتاب میں اس کے برعکس۔

(xii) بابِ ازل کی ابتدا (Beginning of Chapter 1): کبھی کبھی یہ فلائی لیف (Fly Leaf) بھی ہو سکتا ہے جس کے نصف حصہ پر نام لکھا ہوتا



ہے۔ اسی کے ساتھ ساتھ ایوب کے ابتدائی صفحات کے لئے آؤٹ مقرر کرنا ہوتا ہے، مناسب چپٹر ہیڈنگ (Chapter Sinkage) چھوڑنا ہوتا ہے۔ ایوباب کی سرخیوں، ذیلی سرخیوں، تعدادی نوٹ وغیرہ کے لیے استعمال کی جانے والی ٹائپ (Types) مقرر کرنی ہوتی ہیں۔ ترتیلات تصویروں کے لیے مندرجہ ذیل طریقوں سے مناسب جگہوں پر نمائش نکالی جاسکتی ہے۔

— کتاب کے آخر میں ایک سیکشن (Section) پاس سے زیادہ۔

— سیکشنوں کے درمیان سیکشنوں کے لیے جگہ نکالنا۔

لیز پر پریس میں دونوں طریقے کفایتی رہتے ہیں جبکہ صرف ہف نون کے لیے ہنگ آؤٹ ہیچہ استعمال کیا جائے۔

— سیاق و سباق کی عبارت (Reading Context) سے قریب ترین۔

— الگ سے چھپا کر، ترش غرض کرنے کے بعد ان صفحات کے ایک سرے پر چسپاں کرنا جہاں ان کے لیے غیر مطلوبہ جگہ چھوڑ رکھی ہو۔

— عموماً رنگین ٹیبلٹ چسپاں کی جاتی ہیں۔

اختیائی مولو کے لیے مذکورہ بالا لے آؤٹ گرڈ اور ایوباب ابتدائیات (Chapter Openings) کی ترتیلات (Specifications) حالانکہ مثالی قرار دی جاسکتی ہیں مگر یہ ضروری نہیں کہ ان پر عمل کیا ہی جائے۔ کالموں کی تعداد کا انحصار عنوان پر ہوتا ہے۔ فہرست کے لیے 3 4 4 کالم ایک عام سی بات ہے۔ اختیائی مولو کے صفات (End Matter Pages) کے لیے چپٹر ہیڈنگ (Chapter Sinkage) کم بھی ہو سکتا ہے مگر کتاب کے اس حصہ کے لیے یہ یکساں ہونا چاہیے۔ اس سیکشن کی ٹائپ کا سائز درسی صفحات (Text Pages) کی ٹائپ کے سائز سے کچھ کم تو ہو سکتا ہے مگر یہ ایک سی فیملی سے تعلق رکھنے والی ہوں۔

ابتدائی صفحات کی لے آؤٹ اسکیم (Layout Scheme) زیادہ بے غری اور آزاد سی بنائی جاسکتی ہے مگر ایک ایجاڈیشن اس بات کا متقاضی ہوتا ہے کہ دیگر صفحات پر موجود جگہوں سے اس کا رد ہوا تاکہ اتحاد قائم رہے۔

جلد یا پائیکٹ کیس کی ڈیزائن کی قدر و قیمت میں اس وقت اضافہ ہوتا ہے جب اس میں استعمال ہونے والے کپڑے یا کاغذ کا رنگ اور ہفت

پچھلے طے میں بائیں جانب نظم کی کتاب کے ایک صفحہ کی مثال لے آؤٹ کے عناصر اور دائیں جانب درسی کتاب کے صفحہ کی لے آؤٹ کے عناصر غلط کیجیے۔ ظاہر ظلمات کو مختلف مندرجہ ذیل موضوعات کی کتابیں ہو سکتی ہے:

— رہاضی کی کتابیں — شوق سے متعلق کتابیں — باورچی خانہ سے متعلق کتابیں، — آرٹ — کیلے لائس — بچوں کی کتابیں — قانون کی کتابیں وغیرہ۔

(2) درسی مولو (Text Matter) کو مختلف ایوباب میں تقسیم کیا جاتا ہے۔ ان ایوباب سے مصنف کی بیان کردہ کہانی یا واقعہ کے لوازم کی عکاسی ہوتی ہے یا پھر کسی کتاب کے موضوع کو تفصیل دینے والے مختلف عنوانات (Topics) کے تسلسل کا اکتہار ہوتا ہے۔

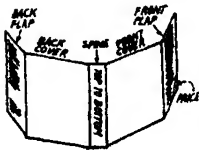
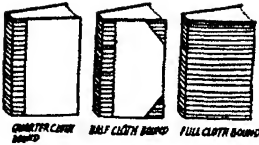
(3) اختیائی مولو (End Matter) ان باتوں پر مشتمل ہوتا ہے:

- (i) ملحقات (Appendices): یہ کتاب سے متعلق اضافی مولو ہوتا ہے۔
- (ii) فرہنگ (Glossary): کتاب میں شامل، مخمکی یا غیر ملکی الفاظ کی فہرست۔ یہ حاشیہ اور تشریحات کی شکل میں بھی ہو سکتے ہیں۔
- (iii) کتابیات (Bibliography): ان کتابوں کی فہرست جن کا مطالعہ مصنف نے کیا ہے یا پھر مزید معلومات حاصل کرنے کے لیے قارئین کو مطالعہ کرنے کا مشورہ دیا ہے۔
- (iv) فہرست (Index): عنوانات یا مخمکی اصطلاحات کی فہرست بمع صفحہ نمبر (یعنی جن صفحات پر وہ دیکھے اور یکسی جاسکتی ہے)۔

ڈیزائن (Design)

درسی مولو کے لیے صفحات کے سائز، کاغذ، پرنٹنگ پرائیس، لے آؤٹ گرڈ اور ٹائپ گرائی کا فیصلہ کرنے کے لیے کتاب کے اہلیات (Contents) یعنی ترتیلات، چارٹ، کہانی، حاشیائی نوٹ، زبانوں کی تعداد (Number of Languages) کو مدھیان میں رکھنا پڑتا ہے اور اس شیبہ کو بھی ذہن نشین رکھنا ہوتا ہے جو کتاب کے ذریعہ قارئین پر مرتب کرنی ہوتی

(Texture) عمدہ ہو۔ اس کے علاوہ اس کی طباعت (Printing) Impression اور آرٹ اور سٹائل آؤٹ بھی عمدہ ہو۔



پوری طرح پکڑنے سے مڑی ہوئی (Full Cloth Bound) جلد کے سامنے کے صفحہ پر صرف کتاب کا پتھیل ہی موجود ہوتا ہے۔ کچھ پبلشر اس پر اپنا نشان (Emblem) بھی ظاہر کرنا چاہتے ہیں، چند ایک مصنف کا نام بھی لکھ پند کرتے ہیں، اکثر صرف ایک سجاداتی جھار (Decoration) (Decorative Motif) اس کتاب کے موضوع سے متعلق بھی ہو سکتی ہے طبع کر دی جاتی ہے۔ کچھ بھی ہو بہر حال لیڈنگ اور ڈرائنگ صرف لائن آرٹ کے حامل ہوتی ہے کہ کچھ پکڑے کی سطح پر استعمال کی جانے والے پر تنگ پر دسیر صرف سٹیک اسکرین، فوٹو اسٹیمپنگ یا پلاسٹک ایسوسٹک ہو سکتی ہے اور آئر ہائڈنگ کا تھ چٹا اور غلاف (Case) پتلا ہو تو لیڈ پر لیں پر تنگ بھی کی جاسکتی ہے۔

ہالف کلا تھ ہائڈنگ (Half Cloth Binding) لجر دس (Ledgers) اور اسکول نوٹ بک تھ دہوتی ہے کہ کچھ یہ دونوں چیزیں بہت زیادہ استعمال میں رہتی ہیں۔ کلا تھ پر عموماً مجموعی سجاداتی ڈیزائن ہوتا ہے۔ کور ٹر کلا تھ ہالڈ (Quarter Cloth Bound) کتابوں کے کلا تھ کی حصہ پر لائن آرٹ ہالڈ ٹون آرٹ سے تعلق رکھنے والی ڈیزائن کاری کی جاتی ہے۔ ان کتابوں پر عموماً گرڈ پوش (Dust Jacket) موجود نہیں ہوتا۔ اس لیے خوردہ فروش کی فلیٹ پر ایک نشان پہچان ہونے کے باوجود بھی کور پیج (Cover Page) کا ڈیزائن ایک سجادانہ فروخت کنندہ کا کام انجام دیتا ہے۔ سرورق (Front Page) پر عموماً پتھیل، مصنف کا نام اور ناشر کے سٹیکر (نام اور نشان) ہوتے ہیں۔ آرٹ ورک اور کندہ کاری (Engraving) کے پیسے بچانے کے لیے پشت کے کور پر یا سرورق کے ڈیزائن کو دہرایا جاتا ہے یا لوگوں کے پاس اشاعت شدہ کتابیں بھیج کر ان کی رائے لی جاتی ہے۔ اسے یہاں طبع کر لیا جاسکتا ہے یا پھر مصنف کا تعارف یا پبلشر کے اشتہارات چھاپے جاسکتے ہیں۔

کتاب کی اسٹوری پر کتاب کا عنوان اور مصنف کا نام لکھا ہوتا چاہیے۔ عام طور پر پبلشر کے سٹیکر بھی ایسی پر لکھے جاتے ہیں۔ فلیٹ پر رکھی ہوئی کتاب کے اسٹوری کو پیسے سے اوپر کی جانب پڑھنا آسان ہوتا ہے مالا مال اوپر

سے نیچے کی جانب زیادہ سائیکلک ہے۔ اسٹوری کے پکڑے کی سطح پر طباعت کرنے کے لیے سٹیک اسکرین پر تنگ یا فوٹو اسٹیمپنگ سے کام لیا جاتا ہے۔

لپ باؤنڈ کتب (Limp Bound Books)

کتبوں کے ضمن میں جان کیا جا چکا ہے۔ استعمال کی جانے والی تصاویر یا تشکیلات عموماً موضوعی (Subjective) ہوتی ہیں۔ — نقش نگاری (Rendering) علاقائی ہو یا حقیقی ماس کا انحصار اس بات پر ہوتا ہے کہ جب سطر کی ہیئت پر کتاب کتنے لمبائیوں طور پر نظر آئے اور تصویر سے کتنی جلد کتاب کا موضوع سمجھ میں آجائے۔ کچھ سرورق کے ڈیزائن مصنف کی مقبولیت کو چار چاند لگا دیتے ہیں۔

فلپس (Flaps) اضافی پر شک جگہ مہیا کرتے ہیں جس کا استعمال مصنف کتاب کے موضوع سے متعارف کرانے کے لیے کرتا ہے۔ اس کے ایک حصہ کو ہالٹیر اپنے اشتہار کے لیے بھی استعمال کر سکتا ہے۔ اس کے ایک کونے پر قیمت لکھ دی جاتی ہے تاکہ جب اس کی ضرورت نہ ہو (پرانی کتابیں یا قلم کے طور پر پیش کرتے وقت) تو اسے قطع کر دیا جائے۔

پروڈکشن (Production)

پروڈکشن کے مفہوم پر کچھ شدہ صفحات 32 or 12, 16 or 8 صفحات کے سیکشنز میں گروپ بندی کی جاتی ہے۔ اس بات کا موازنہ ہمارے ہاتوں پر ہوتا ہے جیسے جس کاغذ پر طاعت ہوتی ہے وہ موم ہے یا پلاسٹک کا سائز چھوٹا ہے یا بڑا، ہیرا شاک کا سائز کتنا ہے، ہر شک مشین کا کیا سائز ہے اور سب سے بڑھ کر یہ کہ مطبوعہ کاپیوں کی تعداد کتنی ہے؟

(1) سیکشن ایک سنگھڑ بھی ہو سکتا ہے اور ایک سے زیادہ سنگھڑوں پر بھی مشتمل ہو سکتا ہے۔ کتاب میں دلچسپی کے مختلف حصے تشکیل کرنے کے لیے مختلف خوبیوں (Qualities) والے کاغذ استعمال کیے جاسکتے ہیں۔ یہ بات غلط رہے کہ سوائے سیکشن میں سب سے اندرونی صفحات چوڑائی میں نہایت پتے ہو جاتے ہیں۔

(2) کتاب کو باقاعدہ طور پر مرتب کرنے کے لیے سیکشنز کو ہاتھ یا مشین سے اسٹین پر سے سی دیا جاتا ہے (مشین کی اسپینڈر 40 سیکشن فی منٹ ہوتی ہے)۔

جلد بندی کے دیگر طریقوں کے لیے ملاحظہ کیجیے ”پرنٹ پریس“۔

اس میں سرورق کے طور پر کام میں آنے والا کاغذ صرف سخت ہوتا ہے بلکہ اس کی ہر شک کی سطح بھی نہایت مہبت ہوتی ہے اور کم از کم اس کی ایک طرف کثیر رنگی ہالٹ فون پر شک کی جاسکتی ہے۔ اس طرح موٹی کتاب پر تصویر یا ڈیزائن اسٹین پر سے ہوتا ہوا پست کے سطح تک پھیلا ہوا ہو سکتا ہے جیسا کہ ہارڈ باؤنڈ (Hard Bound) کتابوں کے گرد پوش (Dust Cover) پر اکثر نظر آتا ہے۔

— اضافی کاغذ (Lined Papers): یہ دو کاغذ ہوتے ہیں کہ اگر کتاب کا گور کسی بھی جانب سے کھولا جائے تو سب سے پہلے انھیں سے واسطہ پڑتا ہے اور یہی سب سے پہلے کھلے ہوئے دکھائی دیتے ہیں۔ اسی لیے ان کاغذوں کے مناسب رنگوں اور ان کی ہالٹ کے سہارے قاری کا موزا بنانے کی کوشش کی جاتی ہے۔ اکثر ایسا بھی ہوتا ہے کہ کتاب کے مرکزی خیال سے متعارف کرانے کے لیے علاقائی سولف (Symbolic Motif)، واحد ڈرائنگ (Single Drawing) یا سرورق کا نمونہ دہرا کر چھاپ دیا جاتا ہے۔

— گرد پوش (جک جیکٹ): عام طور پر اسے کوئیز پیپر سے تیار کیا جاتا ہے تاکہ کثیر رنگی ہالٹ فون چھپائی کے لیے اس کے سفیدی اور جلاب نظر پنک سے استفادہ کیا جائے۔ مزید چمک پیدا کرنے کے لیے اس پر وارنش بھی کرانی جاسکتی ہے۔ اگر سیٹ نتائج (Mat Results) درکار ہوں تو آفینٹ پیپر کا استعمال کیا جاسکتا ہے مگر یہ زیادہ مقبول (کاغذ) نہیں ہے کیونکہ دقت گزرنے کے ساتھ ساتھ یہ زرد پڑ جاتا ہے اور اس کی ظاہری شکل و صورت دھندلا جاتی ہے۔ اس طرح وہ مقصدی فوٹ ہو جاتا ہے جس کے تحت گرد پوش (جک جیکٹ) بنوایا جاتا ہے۔

آرٹ ورک اس وقت ہاتھ میں لیا جاتا ہے جب ڈیزائن ایک تیار کر لی جاتی ہے۔ اس کے لیے منتخب کاغذ کے صفحات کی تعداد بھی مقرر کر لی جاتی ہے اور ہائٹنگ کس (تفصیلات کے مطابق) چسپاں کر دیا جاتا ہے۔ سرورق، اسٹین اور پست کے سطحوں کے تینوں سطحوں کی چوڑائی معلوم کر کے نشان لگایا جاتا ہے اور پھر ڈیزائن گرد پوش بھی کتاب کو پہنا دیا جاتا ہے۔

کور، اسٹین اور پست کے کور کے اجراء دیے جاتے ہیں جو لپ باؤنڈ

(3) حفاظت کے مد نظر متھے کی مضبوط جلد باندھ کر جلد پر کپڑا چھادیا جاتا ہے۔ جلد کو اسپائن کے ساتھ چپکا دیا جاتا ہے اور فیش کو صاف ستھرا رکھنے کے لیے اعلیٰ کاغذ مہیا کر کے چائے ہیں۔ لپ ہاؤڈ کتابوں کے بیرونی سطح (Outer Surface)، جن پر ڈیزائن پرنٹ رہتی ہے، کے ہر لمبے موٹا کارڈ (کپڑے کے بغیر اور اعلیٰ کاغذوں کے بغیر ہر لمبے استعمال کیا جاتا ہے۔

— ایکسکلوڈیو سائز (Exclusive Size) اور انکلوڈیو سائز (Inclusive Size) معرف کر دیے جاتے ہیں۔

— فولیو لائن (Folio Line) یا ٹرنک ہیڈ (Running Head) LHS

(Verso) صفحات پر کتاب کا ٹائٹل ہوتا ہے اور ریورس ٹائٹل (Recto) RHS (Chapter Title) صفحات پر ہوتا ہے۔ یہ دونوں عموماً سب سے اوپر لکھے جاتے ہیں۔ اردو کی کتابوں میں اس کے برعکس۔

— صفحہ نمبروں کو لائنوں کے درمیان فولیو کے ساتھ لکھا جاسکتا ہے یا پھر حاشیہ ایک طرف — سب سے پسندیدہ جگہ ہائڈنگ سائز سے پرے اوپر کے کونے یا نیچے حصہ کے کونے ہوتے ہیں: یا پھر کسی صفحہ کے نیچے حاشیہ کا مرکزی حصہ بھی بہتر رہتا ہے۔

— ماہی (Margins) دو خالی اور سلیب جگہ ہوتی ہیں جو مطبوعہ جگہ کے چاروں طرف واقع ہوتی ہیں۔ انھیں اوپر کے، نیچے کے یا پہلو کے حاشیہ سے موسوم کیا جاتا ہے۔ (اندرونی: اسپائن کی جانب، بیرونی: سامنے کے کنارے کی جانب)۔

— گٹر (Gutter): فولڈ کے دونوں چانپ کالموں کے درمیان کی جگہ کو گٹر کہتے ہیں۔

(4) کلور ایسا بھی ہوتا ہے کہ ہارڈ ہاؤڈ کتاب کو مزید ایک گرد پش یا یک جکیف مہیا کر دیا جاتا ہے۔ اس یک جکیف پر باہر کی جانب پر کشش ڈیزائن بنادیتے ہیں۔ ڈیزائن سے کتاب فروخت کرنے میں مدد ملتی ہے۔ کپڑے کی سطح پر اتنی طرح سے حفاظت نہیں کی جاسکتی جتنی طرح سے کاغذ پر کی جاسکتی ہے۔

کچھ تعریفیں (Some Definitions)

— صفحہ کے ترشے ہوئے آخری سائز کو صفحہ کا سائز (Page Size) کہتے ہیں۔ آئے سامنے کے دو کٹے ہوئے صفحات کو لوہن سائز (Open Size) کہتے ہیں۔

— چابے ہارڈ ہاؤڈ کیس (Hard Bound Case) بڑا کیوں نہ ہو بہر حال تراشے ہوئے صفحہ کے سائز کو کچھ سائز (Book Size) کہتے ہیں۔

— ریگٹر (Recto) سے مراد ہے داخلی جانب کا صفحہ اور ورسو (Verso) سے باہر طرف والا صفحہ۔ اردو کی کتابوں میں اس کے برعکس۔

— ایکسکلوڈیو سائز (Exclusive Size)، لٹیرنگ سائز (Appearing Size)

اشتہار بازی (Advertising) کی تاریخ

(Signs) نام ہے اسی میں ایک قصاب کی دکان سے برآمد ہوئے۔



قدیم روم سے کھیل کو منتقل کرنے، شراب خانوں اور دیگر تفریحی مقامات سے لوگوں کو مطلع کرنے کے سب سے پہلے ثبوت ملتے ہیں۔ شہروں اور قصبوں میں قصاب توجہ مقامات کی دیواروں پر اس قسم کے اطلاعات پیش کر دیے جاتے تھے۔ ہم ان اطلاعات اور اطلاعات کو اپنے دور کے جدید پوسٹروں کا اہم تسلیم کر سکتے ہیں۔ ان پوسٹروں کے بہم باقیات "پام پائی" کے قدیم شہر سے دریافت کیے گئے ہیں۔

قدیم دور طباعت (Early Printing Period)

1440 میں جرمنی میں جہان گمنن برگ (Johann

Gutenberg) کی متحرک ٹائپ سے طباعت کی ایجاد دراصل تہذیب میں

طباعت سے پہلے کامیاب

اشتہارات شائع کرنے اور ان کی جان بچا کر چھوٹی پھوٹی ہے مگر ہے دلچسپ۔ لکھے کا فن ایجاد ہونے سے بہت پہلے بول کر کیے جانے والے اطلاعات یا پختہ کے ذریعہ منادی کروانے کے طریقہ کو اشتہار بازی کی پہلی شکل قرار دیا جاسکتا ہے۔ قدیم عبرانی، یونانی اور رومن تہذیبوں میں کسی چیز کو مشہور کرنے کے لیے اس کے بارے میں بول کر اس کی توصیف و تعریف کرنے کا طریقہ عام تھا۔ منادی (نواد) فروخت کی جانے والی اشیاء کی تعریف کرنا یا پھر دلچسپ خبریں لوگوں تک پہنچا کر تھا۔ بازاروں میں خوردہ فروش اور چلنے پھرنے کا کاروبار چلا کر گاہکوں کی توجہ اپنی چیزوں کی جانب مبذول کرنا سہجے تھے۔ دھانکے بہت سے حصوں اور ہندوستان میں یہ طریقہ آج بھی مروج ہے۔ پرانے زمانہ میں جب خرید و فروخت ایک مشترک بازار میں ہی ہو کر تھی تو لوگ جتنا ممکن ہو جاتا تھے اور سے چلا چلا کر اپنی چیزوں کی اطلاع لوگوں کو دینے کی کوشش کرتے تھے۔ کچی کوچوں اور شہر در شہر محوم محوم کرنا منادی کرنے اور چیزوں کو مشہور کرنے والے لوگ بھی عام طور پر دستیاب ہو جاتے تھے جو فروخت کنندگان (Sellers) کے پیغامات لوگوں تک پہنچا دیا کرتے تھے۔ انھیں ان کے کام کی اجرت مل جاتی تھی۔ اس طرح اشتہارات دینے اور لوگوں کو مطلع کرنے کی اس ابتدائی اور بھروسہ کی روشنی کے باوجود اس کی معنویت میں اس وقت اور اضافہ ہو جاتا تھا جب اس سلسلہ میں صاف اور خوش خط طباعت کا استعمال کر کے دکان کو شہرت دی جاتی تھی۔ ان طباعت سے تاخیر گاہکوں تک کو یہ پتہ چل جاتا تھا کہ دکان میں کن سی چیزیں موجود ہیں یا کھانا کچھ پر کون سی خدمت حاصل کی جاسکتی ہے۔

پام پائی (Pompeii) کے قدیم شہر سے ڈیری (Dairy)، بکری (Bakery) اور شراب کے سوداگر اور ہر کو لیم (Herculaneum) سے جوت ساز (Shoemaker) کے نشانات برآمد

ہوئے ہیں۔

دنیا کے سب سے قدیم آؤٹ ڈور نشانات (Outdoor



1608ء میں میلہ کے ذریعہ مٹی کوچوں میں تلاش کشیدہ قسم کی سداپاں کرنی جاتی تھیں جو اشتہارات کی ایک نئی شکل قرار دی جا سکتی ہے۔



قدیم انگلستان کے بھٹ ساز کی نشانی

سترھویں صدی کے اوائل سے باقاعدہ رسالوں میں اشتہارات چھپنے لگے۔ انگلینڈ میں 1692ء میں پہلا ہفتہ وار اخبار شائع ہوا شروع ہوا مگر آج کے سے اخبارات کی شکل کے اخبار کو شائع ہونے میں تقریباً 50 برس کا عرصہ اور لگا۔ پہلے جو تصویریں اشتہارات صرف سائیکلو گرافوں تک ہی محدود تھیں، اب چھوٹی شکلوں میں اخبارات میں بھی شائع ہونے لگے تھے۔ اشتہارات دینے کا اعلان ایک عیسوی دور سے گزرا اور سیدھے سادے اعلان سے گزر کر دلائل اور مشورے دینے کے نظام میں داخل ہو گیا۔ اس نظام کو جدید اشتہار بازی کا جدید اور باقاعدہ قرار دیا جا سکتا ہے اور اس ارتقا کے لیے اشتہارات ایک ذریعہ (Medium) ثابت ہوئے۔

وسعت اختیار کرنے کا دور (Period of Expansion)

صنعتی انقلاب آجانے اور فیکٹریوں میں پیداوار بڑھ جانے کے نتیجہ میں انیسویں صدی کو اشتہار بازی کے وسعت اختیار کر لینے کا دور قرار دیا جا سکتا ہے۔ کاروبار میں بے حد اضافہ ہوا اور اشتہار بازی نے فیکٹریوں میں تیار ہونے والے کثیر مقدار والے مال کو بازار میں فروخت کرنے میں بہت مدد دی۔ چینی پریس (Penny Press) (یعنی جہاں ایک اشاعتی کاپی کی لاگت ایک چینی آتی تھی) نے اور میگزینوں نے بہت زیادہ مقبولیت اختیار کر لی۔ اس

ایک زبردست جست جوی۔ طباعت کو اطلاع، تعلیم اور اشتہارات کی مضبوط بنیاد قرار دیا جا سکتا ہے۔ طباعت شدہ پہلا انگریزی اشتہار جو دستی نل (Handbill) یا پوسٹر (Poster) کی شکل میں تھا، ولیم ٹیکسٹن (William Caxton) نے 1477ء میں شائع کیا تھا۔ اس کے بعد طباعت پھیلنے لگی۔ اب کتابیں اور اخبارات چند لوگوں کی پہنچ کی چیزیں نہیں رہ گئے تھے بلکہ اپنا وہ عوام کے ہاتھوں میں بھی پہنچنے لگے تھے۔ پرنٹنگ کی ایجاد کے بعد باقاعدہ اشاعت شروع ہو گئی اور ان کے کالوں میں کاروباری اور تاجر لوگوں کے تدارک کے اشتہارات بھی شائع ہونے لگے۔

لیکن پرنٹنگ کے ایک دم سے ہی خطاطی (Calligraphy) کو مات نہیں دی۔ تبدیلیاں رفتہ رفتہ اور مستحکم انداز سے واقع ہوئیں۔ اپنے پیداواری مقام جرمی سے تمام دنیا میں اس ایجاد کو پہنچنے میں برسوں لگ گئے۔ قدیم نوٹسوں (Notices)، اشتہارات اور بیلوں میں اور بعد میں پمفلٹوں اور ”اخباری کتابوں“ میں خبریں ہی خبریں ہو آ کر تھیں۔ سولہویں صدی کے آخری اور سترھویں صدی کے ابتدائی حصہ میں ہالینڈ اور جرمنی میں جو کچھ بھی شائع ہوا وہ مختلف قسم کے اشتہارات پر ہی مشتمل تھا۔ ان میں سے پمفلٹوں، کتابوں اور رسالوں کی بات ہوتی تھی۔

دوائیوں کے ہوتے تھے جن میں دواؤں سے حلق بڑے لمبے چوڑے اور عموماً کیے جاتے تھے۔ ابتدائی میگزینوں میں اشتہارات کا ایک بڑا حصہ نئی کتابوں کی اشاعت کا اعلان پر ہی مبنی ہوا کرتا تھا مگر 1870 تک میگزینوں میں اشتہار بازی بڑی مضحکہ منگنی تھی۔

طرح انھوں نے نہ صرف یہ کہ تاریخین کی توجہ میں اضافہ کر دیا بلکہ تعلیم کی سطح بھی اونچی کر دی۔ ریلیں کا پہلا ہوا چل اس سلسلہ میں ایک اور سنگ میل ثابت ہوا کیونکہ اس کی بدولت ہی میگزینوں کی تقسیم قومی سطح پر یقینی ملک گیر بنانہ پر ہونے لگی۔ ریاست ہائے متحدہ امریکہ میں 1840 کے بعد اشتہار بازی درست اختیار کرتی چلی گئی۔ زیادہ تر اشتہارات رجسٹرڈ (Patent) قسم کی



(2) ٹولوز لاریک (Toulouse Lautrec) کا تیار کردہ پوسٹر 1893



(1) جیمز کا تیار کردہ پوسٹر 1893

مزید کتب پڑھنے کے لئے آج ہی وزٹ کریں . www.iqbalkalmati.blogspot.com

